

Valentin Babitzin

Yritysneuvonnan palvelun kehittäminen

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Tradenomi (ylempi AMK)

Yrittäjyys ja liiketoimintaosaaminen

Opinnäytetyö

30.11.2016

Tekijä(t) Otsikko	Valentin Babitzin Yritysneuvonnan palvelun kehittäminen
Sivumäärä Aika	47 sivua + 3 liitettä 30.11.2010
Tutkinto	Tradenomi (ylempi AMK)
Koulutusohjelma	Yrittäjyys ja liiketoimintaosaaminen
Suuntautumisvaihtoehto	
Ohjaaja(t)	Lehtori Raisa Varsta
<p>Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli kehittää ja modernisoida NewCo YritysHelsingin yritysneuvonnan palveluita video-opetuksen avulla. Työn tarkoituksena oli virtaviivaistaa viikoittain järjestettävää yritysinfotilaisuutta ja helpottaa liiketoimintasuunnitelmien laatimista. Työn muita tavoitteita olivat liiketoimintasuunnitelmien tason parantaminen, työviihtyvyyden lisääminen ja turhien asiakaskäyntien vähentäminen.</p> <p>Työ toteutettiin toimintatutkimuksena. Tutkimusaineistoa haettiin kirjallisuudesta, asiakaskyselystä, palaverista ja vapaamuotoisista haastatteluista sekä havainnoimalla. Tutkimuksen onnistumista mitattiin laadullisilla eli kvalitatiivisilla mittareilla.</p> <p>Tutkimuksen teoreettinen viitekehys koostui neljästä kokonaisuudesta: yritysneuvonnasta, palvelumuotoilusta, video-opetuksesta ja digitalisaation merkityksestä asiakaskokemuksen kehittämisessä.</p> <p>Kehittämistehtävän tavoitteet saavutettiin ja toimintatutkimuksen tuloksena saatiin tärkeää tietoa asiakastytyväisyydestä liittyen lähiopetuspalvelun digitalisointiin. Video-opetus on sittemmin otettu käyttöön yhtenä yritysneuvonnan moderneista työkaluista ja sen käyttöä on tarkoitus laajentaa tulevaisuudessa palvelunkehitystä ja asiakaspalvelun parantamista ajatellen.</p>	
Avainsanat	Yritysneuvonta, palvelumuotoilu, video-opetus, digitalisointi

Author(s) Title	Valentin Babitzin Development of Business Advisory Services
Number of Pages Date	47 pages + 3 appendices 30th October 2016
Degree	Master of Business Administration
Degree Programme	Entrepreneurship and Business Competence
Specialisation option	
Instructor(s)	Raisa Varsta, Senior Lecturer
<p>The aim of this thesis was to develop and modernize the business advisory services of NewCo YritysHelsinki with the help of tele-learning. The purpose of the work was to streamline the weekly business info event and to facilitate the writing of business plans. Other goals of the work were improving the level of business plans, increasing work satisfaction, and reducing the number of unnecessary customer visits.</p> <p>The work was executed as an action research. Research material was obtained from literature, a customer inquiry, meetings and free-form interviews as well as by observing. The success of the study was measured with qualitative indicators.</p> <p>The theoretical framework of the study was comprised of four entities: business advisory, service design, tele-learning, and the significance of digitization in developing customer experience.</p> <p>The goals of the development task were attained and, as result of the action research, important information was gained of customer satisfaction related to digitization of contact teaching service. Tele-learning has since been adopted to use as one of the modern tools in business advisory and its use will be expanded in future for the improvement of service development and customer service.</p>	
Keywords	Business advisory, service design, tele-learning, digitization

Sisällys

1	Johdanto	1
1.1	NewCo YritysHelsinki	1
1.2	Julkisten yrityspalveluiden historiaa Helsingissä	2
1.3	Uusyrityskeskukset Suomessa	4
2	Tutkimusmenetelmät	6
2.1	Nykytila-analyysi	6
2.2	Kehittämistehtävän tavoitteet	7
2.3	Mittarointi	8
2.4	Tutkimusmenetelmät	8
2.5	Aineiston hankinta ja analysointimenetelmät	9
2.6	Tutkimuksen reliabiliteetti ja validiteetti	10
3	Yritysneuvonta aloittavalle yrittäjälle	11
3.1	Yritysneuvonnan palveluprosessi aloittavalle yrittäjälle	13
3.2	Aloittavan yrittäjän palvelupolku	13
4	Digitaaliset palvelut ja palvelumuotoilu	14
4.1	Palvelumuotoilu	16
4.2	Mitä palvelumuotoilulla tarkoitetaan?	17
5	Opetusvideon tuotantoprosessi	19
5.1	Esituotanto	21
5.2	Käsikirjoitus	21
5.3	Kuvakäsikirjoitus	22
5.4	Aikataulu	22
6	Kehittämistehtävän toteutus	23
6.1	Toteutuksen taustaa	23
6.2	Aikataulu ja toimenpiteet	24
6.3	Videot ja liiketoimintasuunnitelma.com	25
7	Kehittämistehtävän tulokset	29

7.1	Yritysinfotilaisuus muutoksen jälkeen	29
7.2	Liiketoimintasuunnitelmien tason muutos	31
7.3	Työhyvinvointi muutoksen jälkeen	32
7.4	Ladattujen videoiden määrä	32
7.5	Asiakaskyselyn tulokset	33
8	Yhteenveto ja johtopäätökset	44
8.1	Kehittämistehtävän arviointi	44
8.2	Viitekehyksen soveltuvuus kehittämistehtävän toteutukseen	44
8.3	Jatkotoimenpiteet ja skaalautuvuus	44
8.4	Itsearviointi	45
	Lähteet	46
	Liitteet	
	Liite 1. Kuvakäsikirjoitus 1	
	Liite 2. Kuvakäsikirjoitus 2	
	Liite 3. Yritysneuvonnan toimintasääntö	

1 Johdanto

1.1 NewCo YritysHelsinki

NewCo YritysHelsinki on Helsingin kaupungin perustama yrityskasvun keskus. NewCo YritysHelsinki on markkinointinimi palvelukokonaisuudelle, jonka toiminnasta vastaavat Helsingin kaupunki ja Helsingin Uusyrityskeskus ry. Helsingin kaupunki on tarjonnut yritysneuvontapalveluja jo 1980-luvun alusta lähtien. Vuodesta 2008 asti organisaatio on toiminut YritysHelsinki-nimellä. Vuonna 2015 organisaation nimeksi tuli NewCo YritysHelsinki.

Toimin yritysneuvojana NewCo YritysHelsingin yhdeksän neuvojan yritysneuvontatiimissä. Teen päivittäin neuvontatyötä alkavien ja toimivien yrittäjien parissa. Pidän myös yritysinfoja ja käyn puhumassa erilaisissa tapahtumissa yrittäjyydestä ja osallistun aktiivisesti palveluidemme markkinointiin ja kehittämiseen.

Ennen yritysneuvojaksi ryhtymistä toimin noin yhdeksän vuotta yrittäjänä vähittäis- ja tukkukaupan alalla. Perustin oman yritykseni vuonna 2005 samaan aikaan, kun olin valmistumassa tradenomiksi Laurea-ammattikorkeakoulusta. Ryhdyin yrittäjäksi siten suoraan koulusta valmistuttuani, sillä näin yrittäjyyden parhaana ja mielenkiintoisimpana vaihtoehtona työllistää itseni alalle, jolla halusin työskennellä. Oma yrittäjätaustani on antanut minulle huomattavan määrän kokemusta eri asioista, joita pystyn hyödyntämään nykyisessä työssäni auttaessani uusia ja toimivia yrittäjiä.

Eräs tärkeimpiä NewCo YritysHelsingin neuvontatyökaluja on internetissä oleva liiketoimintasuunnitelma.com-työkalu, jonka avulla laaditaan liiketoimintasuunnitelmia. Liiketoimintasuunnitelma.comissa asiakas luo itselleen omat henkilökohtaiset tunnukset ja laatii itselleen alustavan liiketoimintasuunnitelman. Kun alustava suunnitelma on valmis, varaa tekijä ajanvarauksemme kautta ajan henkilökohtaiseen yritysneuvontaan. Liiketoimintasuunnitelma on tärkeä suunnitteluväline yrittäjälle itselleen, pohja henkilökohtaiselle yritysneuvonnalle ja tärkeä liite muun muassa rahoitusta haettaessa. Liiketoimintasuunnitelma.com liittyy olennaisesti tähän työhön, sillä tämä kehittämishanke tullaan to-

teuttamaan upottamalla tämän kehittämistehtävän seurauksena tehdyt opetusvideot sivustolle luonteville paikoilleen. Liiketoimintasuunnitelma.com-sivuston omistaa ja sitä hallinnoi Helsingin Uusyrityskeskus ry (HUK ry).

Tutkimusongelma voidaan kiteyttää seuraavasti: miten yritysneuvonnan toteutustapaa tulee kehittää, jotta liiketoimintasuunnitelmien tekeminen ja siihen liittyvä neuvontatyö helpottuu? Tutkimus pyrkii vastaamaan muun muassa seuraaviin kysymyksiin:

1. Mitkä asiat nykyisessä yritysinfotilaisuudessa ja yritysneuvonnassa toimivat ja mitkä eivät?
2. Miten yritysneuvontaa voidaan kehittää digitaalisten välineiden avulla?
3. Miten parannetaan sekä asiakkaiden että henkilöstön kokemusta neuvonnasta?

1.2 Julkisten yrityspalveluiden historiaa Helsingissä

Helsingin kaupungin tarjoamat yritysneuvontapalvelut aloitettiin vuonna 1983. Sain esimieheiltäni palvelupäällikkö Toivo Utsolta 24.1.1983 päivätyn ”Yritysneuvonnan toimintäsääntö” -nimisen dokumentin, jossa määriteltiin yritysneuvonnan tarkoitus ja tehtävät. Kyseisessä dokumentissa mainitaan, että yritysneuvonnan tarkoituksena on edistää elinkeinotoimintaa Helsingissä palvelemalla yrityksiä niiden asioinnissa kaupungin ja muun julkishallinnon toimielinten kanssa sekä hoitamalla muutenkin kaupungin hallinnon ja yritystoiminnan yhteisiä kysymyksiä. Tätä toimintasääntöä noudatetaan edelleen päivittäisessä yritysneuvonnassa.

Yritysneuvonnan tehtävinä dokumentissa mainittujen ohjeiden mukaan on:

1. Antaa tietoja kaupungin toimielinten organisaatioista, tehtäväalasta, toimintaperiaatteista ja palvelumahdollisuuksista
2. Opastaa ja avustaa yrittäjiä heidän yritystoimintaansa Helsingissä liittyvissä viranomaisasioissa ja seurata niiden käsittelyn edistymistä asianomaisissa hallintoelimissä
3. Antaa yrityksiä koskevia selvityksiä kaupungin virastoille ja laitoksille
4. Osallistua kaupungin elinkeinoasioita koskevaan tutkimukseen, suunnitteluun, ja tarvittaessa elinkeinoneuvottelukunnassa tai muissa hallintoelimissä käsiteltävien toimialansa asioiden valmisteluun

5. Myötävaikuttaa ja osallistua Helsingin tunnetuksi tekemiseen ja markkinointiin yritystoiminnan sijaintipaikkana ja matkailukohteena
6. Seurata toimialansa kehitystä ja tehdä aloitteita kehittämistehtäviksi ja osallistua hankkeisiin, jotka tähtäävät kaupungin yrityksille antamien palvelujen parantamiseen ja muuhun elinkeinoelämän toimintaedellytysten turvaamiseen
7. Suorittaa rahoitusjohtajan muut määräämät tehtävät.

Yritysneuvonta kuuluu Helsingin kaupunginkanslian alaisuuteen. (Yritysneuvonnan toimintasääntö 1983.)

Helsingin Uusyrityspalvelu ry (HUP) perustettiin vuonna 1992, ja sen tarkoituksena oli nimensä mukaisesti edistää uuden yrittäjyyden syntymistä pääkaupunkiseudulle. Käytännössä HUP tarjosi Helsingin seudulle yrityksen perustamista aikoville henkilöille ja yrityksille voittoa tavoittelematta neuvontaa ja koulutusta sekä muita yhdistyksen missioon liittyviä asioita. Lisäksi yhdistys järjesti kokouksia, seminaareja ja neuvottelupäiviä. Myöhemmin vuonna 2008 yhdistyksen nimeksi vaihdettiin Helsingin Uusyrityskeskus ry (HUK ry).

Nuoret Yrittäjät -projekti (NYP) käynnistettiin syksyllä 1993, sillä lama oli koetellut Suomea jo parin vuoden ajan ja uusia työllistämiskeinoja kehitettiin nuorten työllistämiseksi niin kuntien kuin valtionkin toimesta. NYP perustettiin aikanaan Nuorisoasiainkeskuksen alaisuuteen ja siirrettiin myöhemmin Helsingin kaupunginkanslian töidenjärjestely-yksikkö Zappan alaisuuteen. Yrittäjyyttä haluttiin tarjota ensin alle 25-vuotiaille ja jatkossa alle 29-vuotiaille nuorille yhtenä työllistymisen vaihtoehtona. Projektin koulutussuunnitelmat laadittiin yhteistyössä Helsingin Kauppakorkeakoulun Pienyrityskeskuksen kanssa heidän aiempien yrittäjäkurssiensa pohjalta. Tavoitteena oli tehdä kurssista mahdollisimman käytännönläheinen ja omatoimisuuteen kannustava.

Helsingin kaupungin tarjoamat yritysneuvontapalvelut jakautuivat siten kahteen eri organisaatioon vuosien ajan ja näiden organisaatioiden välille syntyi selvästi havaittava kilpailuasetelma, vaikka kumpikin oli Helsingin kaupungin alaisuudessa toimivia organisaatioita. Toisaalta Helsingin kaupunki oli vain yksi jäsen HUP ry:n organisaatiossa, joka koostui useista eri jäsenistä. (Tuominen 2016.)

Vuosien 1999 ja 2000 taitteessa NYP oli lähestulkoon lakkautusuhan alla, ja sen toimintoja suunniteltiin siirrettävän kokonaan HUP ry:n alaisuuteen. Helsingin kaupungin elinkeinopäällikkö Nyrki Tuominen piti kuitenkin NYP:n palveluita ja osaamista laadukkaina ja halusi estää lakkauttamisen vetoamalla muun muassa NYP:n laaja-alaiseen ja laadukkaaseen yritysneuvontaosaamiseen etenkin maahanmuuttajayrittäjyyttä ajatellen. NYP sai siten jatkaa toimintaansa, ja sen uudeksi strategiseksi tavoitteeksi määriteltiin maahanmuuttajayrittäjyyden lisääminen Suomessa. (Tuominen 2016.)

Kilpailuasetelma HUP ry:n ja NYP:n välillä jatkui kuitenkin edelleen ja elinkeinopäällikkö Tuominen mietti, miten tästä kilpailuasetelmasta voitaisiin päästä eroon. Pitkällisen pohdinnan tuloksena päätettiin, että organisaatioihin ei kajota, vaan ne yhdistettiin vuonna 2008 ja nimeksi annettiin YritysHelsinki. Lähtökohtana oli siis, että on yksi ovi, YritysHelsinki, ja ettei asiakkaan tarvitse tietää neuvojalle palkkaa maksavan organisaation nimeä. (Tuominen 2016.)

1.3 Uusyrityskeskukset Suomessa

Uusyrityskeskukset ympäri Suomen tarjoavat maksutonta ja luottamuksellista yritysneuvontaa aloittaville yrittäjille ja yritystoimintaa suunnitteleville. Myös liiketoimintansa jo aloittaneet yrittäjät, joilla on 0–5 vuoden ikäinen yritys, voivat hakea neuvoa uusyrityskeskuksista.

Suomessa on tällä hetkellä 31 uusyrityskeskusta ja niillä yhteensä 85 toimipistettä. Verkostossa työskentelee 125 toimihenkilöä. Verkoston taustatukena on yhteensä yli 1300 asiantuntijaa sadoissa eri yrityksissä ja yhteisöissä. Verkoston jäsenyritykset osallistuvat neuvontaprosessiin tarjoamalla maksuttomia asiantuntijapalveluja (esim. rahoitus, vakuutukset, markkinointi) uusille yrittäjille. (Uusyrityskeskus 2016.)

Uusyrityskeskukset ovat syntyneet elinkeinoelämän, kuntien ja Työ- ja elinkeinoministeriön yhteistyön tuloksena. Uusyrityskeskusten perusrahoitus koostuu yritysten, kuntien ja yhteisöjen jäsenmaksuista. Toiminnan tavoitteena on yhtäältä edistää yrittäjyyden syntymistä Suomessa madaltamalla yrittäjäksi ryhtymisen kynnystä ja toisaalta varmistaa uusien yritysten selviytyminen. Uusyrityskeskuksissa karsitaan epäonnistumiset ennen yrityksen perustamista arvioimalla tarkasti liikeidean kannattavuutta ja asiakkaan yrittäjävalmiuksia. (Uusyrityskeskus 2016.)

Uusyrityskeskusten neuvonta on ISO 9001/2008 laatusertifioitu, mikä takaa laadukkaan yritysneuvonnan kaikissa keskuksissa. Laatuksiteerit edellyttävät, että kahden vuoden kuluttua yli 90 prosenttia ja viiden vuoden kuluttua 80 prosenttia uusyrityskeskusten kautta toimintansa aloittaneista yrityksistä on edelleen toiminnassa. Luku on korkea, sillä tilastollisesti kaikista aloittaneista yrityksistä on viiden vuoden jälkeen toiminnassa enää noin puolet. Vain yksi prosentti uusyrityskeskukseen kautta aloittaneista yrittäjistä lopettaa toimintansa konkurssin vuoksi viiden ensimmäisen vuoden kuluessa. Yritysneuvonnan asiakastyytyväisyys on asteikolla 4–10 mitattuna 8,9. (Uusyrityskeskus 2016.)

Vuodesta 1989 lähtien uusyrityskeskusneuvonnan avulla on perustettu yhteensä yli 130 000 yritystä. Vuosittain uusyrityskeskusverkosto palvelee 20 000 uutta yritystoimintaa suunnittelevaa asiakasta. Neuvonnan kautta syntyy noin 7000–8000 uutta yritystä vuodessa. (Uusyrityskeskus 2016.)

Uusien yritysten yhteiskunnalliset vaikutukset näkyvät menestyvien yritysten kerryttäminä verotuloina, ostovoiman lisääntymisenä sekä työllistymisen tuomana hyvinvointina ja säästyneinä työttömyyskorvauksina. Yritysneuvonnan hyötysuhde on korkea, sillä kustannukset ovat vähäiset (n. 800 €) jokaista aloitettavaa yritystä kohden. Uusyrityskeskusten kattojärjestönä toimii Suomen Uusyrityskeskukset (SUK) ry. SUK ry myös julkaisee vuosittain päivitetyn perustamisoppaan aloittavien yrittäjien käyttöön. (Uusyrityskeskus 2016.)

Uusyrityskeskustoiminta sai alkunsa 1970-luvun Englannissa, missä voimakkaan rakennemuutoksen seurauksia pyrittiin paikkaamaan etsimällä keinoja elinkeinoisten yritysten käynnistämiseksi. Toiminta sain nimen Jobs and Society. Englantilaisten ideaa lähdettiin toteuttamaan Ruotsissa, jossa saatujen myönteisten kokemusten tuloksena syntyi ensimmäinen uusyrityskeskus Raumalle vuonna 1988. Uusyrityskeskus-malli ”benchmarkattiin” siten Englannista edellä mainitusta Jobs and Society -mallista, jossa julkishallinto, yritykset ja yhteisöt toimivat yhteistyössä edistäen uusien yritysten syntymistä. (Tuominen 2016.)

2 Tutkimusmenetelmät

Kehittämistehtävän aihealueena on yritysneuvonnan palvelun kehittäminen. Asiakkaiden tarpeet ja odotukset ovat viime vuosina kasvaneet digitalisaation myötä, ja yritysneuvonnan on seurattava kehitystä, jotta asiakkaille pystytään tarjoamaan moderneja ja laadukkaita palveluita sekä nyt että tulevaisuudessa. Palveluiden kehittämisen avulla edistetään tuloksellisuutta ja lisätään muun muassa asiakastyytyväisyyttä. Tämän kehittämistehtävän tarkoituksena on ollut käytännössä digitalisoida eräs yritysneuvonnan palvelun osa ja tutkia, mitä muutoksia tällä toimenpiteellä on ollut asiakaspalveluprosessiin, asiakastyytyväisyyteen, liiketoimintasuunnitelmien tasoon, yritysneuvontaan ja työhyvinvointiin.

2.1 Nykytila-analyysi

Viikoittain järjestettävä yritysinfotilaisuus on koettu liian pitkäksi ja vaikeasti ymmärrettäväksi. Tämän seurauksena asiakkaiden on ollut haastavaa laatia liiketoimintasuunnitelmaa kotona yritysinfosta aiemmin saatujen ohjeiden perusteella. Liiketoimintasuunnitelmat ovat olleet usein puutteellisia yritysneuvontaan tullessa. Yritysinfojen vetäminen on ollut raskasta myös yritysneuvojille. Organisaatiossa on myös haluttu vähentää turhia asiakaskäyntejä ja samalla modernisoida yritysneuvonnan palveluita.

Ennen tehtyä palvelumuutosta käytiin yritysinfotilaisuuksissa läpi, miten liiketoimintasuunnitelma asianmukaisesti laaditaan. Vaikka liiketoimintasuunnitelman tekeminen käytiin kohta kohdalta läpi, oli neuvontaan tulevilla asiakkailla usein puutteellisia liiketoimintasuunnitelmia. Asiakkaat kertoivat, etteivät oikein tienneet, mitä mihinkin kohtaan piti täyttää, kun infotilaisuudessa tuli niin paljon informaatiota ja kaikkea ei pystynyt kerralla mitenkään sisäistämään, vaikka muistiinpanovälineet olivatkin oppimisen tukena. Edellä mainittujen seikkojen perusteella pystyi päättämään, että tiedon vastaanotto-kyky oli ylittynyt, sillä infotilaisuuksissa annettiin omasta ja muiden yritysneuvojienkin mielestä liian paljon informaatiota yhdellä kerralla.

Tarve muutokselle tiedostettiin asiakkailta saatujen suullisten palautteiden perusteella ja yritysneuvojen saamien hiljaisten signaalien perusteella yritysinfon pitämisen yhteydessä; yritysinfoon osallistujat myös vaikuttivat infotilaisuuksissa usein turhautuneilta, sillä tietoa todella piti sisäistää yhdellä kerralla suuri määrä.

Halusin kuitenkin syvällisempää tietoa nykytila-analyysiin, joten keräsin palautteita järjestelmällisesti neuvontatapaamisissa asiakkailtani kyselemällä, mikä liiketoimintasuunnitelman täyttämisen oli haastavaa ja miten voisimme sitä palveluntarjoajana helpottaa. Samoja asioita tiedustelin asiakkailtani infotilaisuuteen liittyen: miksi tilaisuus oli hankala sisäistää ja miten asiakkaan mielestä sitä pitäisi muuttaa. Vaikkei minulla ollut varsinaista kyselylomaketta, tein keskusteluista kuitenkin useita muistiinpanoja. Niiden avulla pystyin tekemään tarpeeksi kattavan nykytila-analyysin muutoksen tarpeellisuudesta ja siitä, miten ja millaista infoa asiakkaat tahtoivat heille tuotettavan. Edellä mainitut havainnot kulminoituivat mielestäni kolmeen adjektiiviin: konkreettisempi, lyhyempi ja helpompi. Nämä kolme adjektiivia antoivat mielestäni hyvän suunnan sille, mitä toiminnassamme piti kehittää.

Henkilöstömme oli myös avaintekijänä nykytila-analyysin tekemisessä, sillä kävimme useissa käytäväkeskusteluissa ja palavereissa läpi sitä, kuinka neuvojat kokivat infotilaisuuden vetämisen raskaaksi. Jaettavaa tietoa oli useiden yritysneuvojien mielestä liian paljon ja infotilaisuuksien vetäminen tuntui usein turhauttavalta, sillä neuvontaan tulneiden asiakkaiden liiketoimintasuunnitelmat olivat toisinaan niin vaatimattomasti laadittuja, että välillä heräsi jopa kysymys, onko asiakas kuullut tai ymmärtänyt lainkaan, mitä yritysfossa on kerrottu. Nykytila-analyysia ei mielestäni sen enempää ollut tarvetta tehdä, sillä tarve muutokselle oli ilmeinen.

2.2 Kehittämistehtävän tavoitteet

Kehittämistehtävän tärkeimpänä lähtökohtana oli asiakaskokemuksen parantaminen. Tarkoituksena oli saada video-opetuksen avulla liiketoimintasuunnitelmien tasoa parannettua ja helpottaa niiden laatimista tekemällä opetusvideokokonaisuus, jossa opastetaan, kuinka liiketoimintasuunnitelma tulee täyttää, ja upottaa nämä videot oikeille kohdille liiketoimintasuunnitelma.com-sivustolle. Muita tavoitteita oli parantaa työviihtyvyyttä, lyhentää yritysfotilaisuuden kestoa ja minimoida niin sanottuja turhia asiakaskäyntejä. Turhilla asiakäynneillä tarkoitetaan sitä, että asiakas saapuu neuvontaan miltei tyhjän liiketoimintasuunnitelman kanssa ja hänelle annetaan neuvoja sen täyttämiseen, minkä jälkeen hänelle varataan uusi aika neuvontaan. Ajatus videoiden tekemisestä lähti siitä, että haluttiin pystyä opastamaan asiakasta liiketoimintasuunnitelman tekemisessä

ajasta ja paikasta riippumatta. Tähän tarkoitukseen opetusvideot sopivat mielestämme siten ideana erinomaisesti.

2.3 Mittarointi

Mittareiden tulisi olla sisällöltään sellaisia, että ne parhaiten tukevat organisaation strategian saavuttamista. Mittarit ohjaavat toimintaa ja mittaavat asetettuja tavoitteita, kuten palvelun laadun parantamista. Tähän tutkimukseen olen valinnut seuraavat mittarit:

1. Miten palvelumuutos vastaa odotuksia: odotusarvona on, että palvelumuutos parantaa liiketoimintasuunnitelmien tasoa ja samalla virtaviivaistaa yritysinfotilaisuutta
2. Ladattujen videoiden määrä: määrästä voi päätellä, onko asiakkailla ylipäättään kiinnostusta opetella yrittäjyyteen liittyviä asioita videoiden katsomisen avulla
3. Asiakaskyselyn tulokset: kyselyllä selvitetään, kokevatko asiakkaamme videot hyödylliseksi laatiessaan liiketoimintasuunnitelmaa ja mitä kehitettävää videoissa on jatkoa ajatellen
4. Lyheneekö yritysinfotilaisuuden kesto muutoksen jälkeen
5. Paraneeko yritysneuvojen työviihtyvyys muutoksen jälkeen
6. Tehostuvatko yritysneuvontakäynnit muutoksen seurauksena.

2.4 Tutkimusmenetelmät

Toimintatutkimus on ymmärrettävä – ei varsinaisena menetelmänä – vaan tutkimuksellisenä lähestymistapana, tutkimusorientaationa tai -strategiana, jossa hyödynnetään erilaisia kvalitatiivisen ja kvantitatiivisen tutkimuksen menetelmiä. Tämä kehittämistehtävä toteutetaan toimintatutkimuksena tarkoittaen, että nykyiseen toimintamalliin tehdään muutoksia perustuen kirjallisuuteen ja nuo muutokset implementoidaan, minkä jälkeen muutosten vaikutusta mitataan parhaan mahdollisen kyvyn mukaan. (Kananen 2009, 69.)

Toimintatutkimuksessa yhdistyvät tutkimus ja työelämän kehittäminen. Tässä tutkimuksessa muutettiin erästä yritysneuvonnan prosessia ja samanaikaisesti tutkittiin sitä. Aineistoa kerättiin asiakaskyselyllä, haastatteluilla ja havainnoimalla sekä asiakkaita että yritysneuvoja.

Tässä toimintatutkimuksessa kerättiin asiakkailta mielipiteitä siitä, onko muutoksesta eli opetusvideoista ollut heille hyötyä liiketoimintasuunnitelman laatimisessa. Kysyttiin, kuinka voisimme digitalisaation avulla palvella heitä entistä paremmin. Tiedonkeruuta tehtiin myös osallistamalla organisaatiota muun muassa haastattelemalla ja havainnoimalla henkilöstöä. Tavoitteena oli selvittää, miten muutos on vaikuttanut heidän neuvontatyöhönsä ja liiketoimintasuunnitelmien tasoon. Tarkoituksena oli pyrkiä ratkaisemaan käytännön ongelmia yhteistyössä niiden kanssa, joita ongelma koskee, eli yritysneuvonnan asiakkaita ja yritysneuvoja. Tästä syystä tätä työtä voidaan kutsua tutkimukselliseksi kehitystyöksi.

2.5 Aineiston hankinta ja analysointimenetelmät

Toimintatutkimus on tutkimusstrategia, jossa tutkimusongelma määritellään uudella tavalla, ja siinä käytetyt menetelmät vaihtelevat tilanteen mukaan. Tämän vuoksi toimintatutkimusta voi hyvin kuvata triangulaatioksi, jossa ilmiötä tarkastellaan muun muassa erilaisten teorioiden ja menetelmien näkökulmasta. (Kananen 2009, 60.)

Tämä tutkimuksellinen kehitystyö toteutettiin toimintatutkimuksena ja tiedonkeruumenetelminä käytettiin asiakkaille kohdistettua kyselytutkimusta, minkä lisäksi tutkittiin organisaatiomme henkilöstöä, eli tässä tapauksessa yritysneuvoja, keskusteluiden, haastatteluiden ja havainnoinnin kautta.

Yritysneuvonnassa 23.3.2016 jälkeen käyneille asiakkaille lähetettiin palvelumuutosta tarkasteleva kyselytutkimus, josta saaduilla palautteilla haettiin vastauksia siihen, miten he ovat palvelumuutoksen kokeneet ja kuinka sitä voisi mahdollisesti kehittää. Tämän lisäksi haastateltiin yritysneuvoja liittyen muun muassa liiketoimintasuunnitelmien laadun mahdollisiin muutoksiin, infotilaisuuden muutokseen, työssä viihtyvyyteen ja neuvontakäyntien mahdollisiin muutoksiin kehittämistehtävän seurauksena.

2.6 Tutkimuksen reliabiliteetti ja validiteetti

Opinnäytetyön tuloksia arvioidaan luotettavuuskriteeristöllä. Luotettavuudella mitataan työn laatua, ja sen käsitteitä ovat reliabiliteetti ja validiteetti.

Reliabiliteetilla tarkoitetaan tutkimustulosten pysyvyyttä, eli mikäli tutkimus toistettaisiin, saataisiin samat tulokset. Reliabiliteetti voidaan jakaa stabiliteettiin ja konsistenssiin. Stabiliteetti mittaa mittareiden pysyvyyttä ajassa ja konsistenssi sitä, että mittarien eri osat mittaavat samaa asiaa. (Kananen 2012, 168.) Reliabiliteetin vaatimus toteutuu kehittämishankkeen osalta siinä, että hyödyntämällä opinnäytetyössäni esitettyjä teorioita sekä suunnittelussa että toteutuksessa käytettyjä keinoja pystyttäisiin hyödyntämään vastaavanlaisissa organisaatioissa.

Validiteetti eli pätevyys tieteellisessä tutkimuksessa tarkoittaa sitä, että tulokset voidaan yleistää. Validiteetissa huomioidaan, mittaavatko valitut mittarit todella sitä, mitä niiden kerrotaan mittaavan. Validiteetti jaetaan alakäsitteisiin, jotka ovat ulkoinen validiteetti ja sisäinen validiteetti. Sisäinen validiteetti voidaan jakaa edelleen sisältövaliditeettiin sekä kriteeri- ja rakennevaliditeettiin. Ulkoisella validiteetilla mitataan puolestaan tutkimustulosten yleistettävyyttä. Yleistettävyydellä tarkoitetaan sitä, että tutkimustulokset ovat valideja samanlaisissa tilanteissa. Sisältövaliditeetilla tarkoitetaan oikeiden mittareiden käyttämistä, eli mitataan sitä, mitä tutkitaan. Rakennevaliditeetilla mitataan, kuinka hyvin tutkimuksen käsitteitä on sovellettu teoriasta. Kriteerivaliditeetilla tarkoitetaan muiden vastaavien tutkimusten käyttämistä omien tulosten tukena. (Kananen 2012, 170.)

Seuraavassa kuviossa on kuvattu perusteita tutkimuksen pätevydestä, luotettavuudesta ja todennettavuudesta.

Validiteetti eli pätevyys	Reliabiliteetti eli luotettavuus:	Verifiointi eli todennettavuus
<ul style="list-style-type: none"> Tulokset vastaavat tutkimuksen tavoitteita ja ovat hyödynnettävissä Tutkimusongelma ja tutkimuskysymykset vastaavat työn aihetta ja saivat vastauksen Selkeät ja luotettavat mittarit Tutkijan aktiivinen osallistuminen kehittämishankkeeseen 	<ul style="list-style-type: none"> Työvaiheiden ja ratkaisujen selkeä dokumentointi Käytetty sekä määrällisiä, että laadullisia mittareita Tulokset soveltuvien osin hyödynnettävissä muissa organisaatioissa 	<ul style="list-style-type: none"> Muutos lähtötilanteeseen, uudet ohjeet ja järjestelmä käytössä

Kuvio 1. Tutkimuksen validiteetti, reliabiliteetti ja verifiointi

3 Yritysneuvonta aloittavalle yrittäjälle

Uusyrityskeskusten tarjoama yritysneuvonta on luottamuksellista konsultointia; meidän yritysneuvojen tehtävänä on opastaa yrittäjäksi aikovaa henkilöä tämän liikeidean ja siihen liittyvien asioiden kanssa, joita ovat muun muassa:

- Liikeidean kannattavuus ja toteuttamiskelpoisuus
- Yrittäjäksi aikovan henkilön oma osaaminen liittyen aiottuun liiketoimintaan
- Markkinatilanne
- Potentiaaliset asiakkaat ja markkinointikeinot nimettyjen asiakasryhmien saavuttamiseksi
- Onko hakijan idealle olemassa kysyntää ja minkä ongelman yrittäjäksi aikovan henkilön tarjoama tuote tai palvelu ratkaisee, sekä mahdollinen kilpailuetu
- Mahdollistaako yrittäjäksi aikovan henkilön oma elämäntilanne ja taloudellinen tilanne yrittäjyyden.

Edellä mainittujen asioiden lisäksi neuvonnassa käydään läpi tarpeen mukaan toiminnan luvanvaraisuutta, tarvittavia vakuutuksia, rahoituksen järjestämiseen liittyviä asioita, yritysmuodon valintaan liittyviä asioita, teollisoikeudet ja tekijänoikeudet (IPR-oikeudet), perustamisilmoitukseen liittyvät asiat ja kirjanpitoasiat. Myös niin sanottu sparraus kuuluu laadukkaaseen yritysneuvontaan.

Tyypillisesti yksittäinen yritysneuvontakäynti NewCo YritysHelsingissä kestää noin 1,5–2 tuntia, ja jatkokäyntejä varataan tarpeen mukaan. Neuvonnan päätteeksi käydään vielä läpi asiakkaan tarve liittyen laajennettuun asiantuntijaverkostoomme; mikäli asiakas haluaa kauttamme esimerkiksi vakuutus-, laki- tai tilitoimistopalveluja, annetaan hänelle lähteitä, joiden avulla hakija saa maksuttoman ensitapaamisen valitsemansa palveluntarjoajan kanssa. Asiantuntijaverkostomme on laaja, ja siihen sisältyy suuri valikoima eri alojen huippuosaajia. Verkostomme jäsenyritykset osallistuvat siten tarvittaessa neuvontaprosessiin tarjoamalla maksuttomia asiantuntijapalveluja uusille yrittäjille. Jäsenyritykset on valittu huolella, sillä tarkoituksenamme on tarjota asiakkaillemme parhaita mahdollisia markkinoilla olevia palveluita.

3.1 Yritysneuvonnan palveluprosessi aloittavalle yrittäjälle

Alla olevassa kuviossa on kuvattu NewCo YritysHelsingin aloittavan yrittäjän palvelupolku.



Kuvio 2. Yritysneuvonnan palvelupolku (NewCo YritysHelsinki 2016)

3.2 Aloittavan yrittäjän palvelupolku

NewCo YritysHelsingin aloittavan yrittäjän palvelupolun ensimmäinen vaihe on yritysinfoon osallistuminen. Infon tilaisuuden jälkeen asiakas tutustuu aiheeseen liittyviin oppaisiin ja aloittaa oman liiketoimintasuunnitelman laatimisen. Kun alustava liiketoimintasuunnitelma on laadittu, asiakas varaa neuvonta-ajan asiakaspalvelusta ja varauksen yhteydessä toimittaa sähköisesti liiketoimintasuunnitelmansa. Näin neuvoja pystyy tutustumaan suunnitelmaan ennen varsinaista tapaamista.

Yritysneuvonnan jälkeen asiakas järjestää tarvittavan rahoituksen kuntoon, ja tässä vaiheessa on hyvä laatia alustavat sopimukset, kuten esimerkiksi liiketilan vuokrasopimus

tai yhteistyösopimus mahdollisen toimeksiantajan kanssa toiminnan luonteesta riippuen. Kun rahoitus ja tarvittavat aiesopimukset on laadittu, on asiakkaalla mahdollisuus hakea starttirahaa TE-palveluista. (Uusyrityskeskus 2016.)

Starttirahaa voidaan myöntää aloittavalle yrittäjälle, mikäli tämä täyttää tietyt starttirahan myöntämisen kannalta asetetut ehdot. Liiketoimintasuunnitelma liitetään starttirahahakemuksen liitteeksi. Yritysneuvoja kirjoittaa TE-palveluille pyydettäessä hakijasta ja tämän liiketoimintasuunnitelmasta starttirahalausunnon.

Tämän jälkeen on vuorossa yrityksen perustaminen, eli Y-lomakkeen täyttäminen ja toimittaminen Patentti- ja Rekisterihallitukseen sekä ilmoittautuminen eri rekistereihin, mahdollinen työttömyyskassaan liittyminen ja vakuutusten ottaminen. Kun nämä asiat on hoidettu, voidaan edellä mainitut alustavat sopimukset allekirjoittaa. Näiden jälkeen voidaan aloittaa varsinainen liiketoiminta.

4 Digitaaliset palvelut ja palvelumuotoilu

Digitalisoituminen ja digitaalisuus ovat kaksi eri asiaa. Digitalisoituminen tarkoittaa erilaisten teknologisten välineiden sulauttamista päivittäisiin toimintoihimme, mikä tarkoittaa käytännössä sitä, että digitoidaan toimintoja ja erilaisia sisältöjä digitaaliseen muotoon teknologian avulla. Digitaalisuus tarkoittaa puolestaan tiedon jakamista pieniin yksiköihin koodaamalla ne numeroarvolla. (Koskimaa 2011.)

Yhteiskuntamme elää jatkuvassa digitalisoitumisen aiheuttamassa murroksessa. Rissanen (2005, 41) mielestä nykYTEknologiaa voidaan pitää aikamme suurimpana uusien mahdollisuuksien, ja myös mahdollisen tuhon lähteenä. Viimeisimmän maailmansodan jälkeen teknologia ja sen luomat muutokset sekä mahdollisuudet ovat vaikuttaneet voimakkaasti koko inhimilliseen kulttuuriimme. Uusimmat palvelutuotteet ja innovaatiot ovat suurimmalta osin kehitetty teknologian tuomien mahdollisuuksien seurauksena. (Rissanen 2005, 41.)

Digitalisoituminen on voimakkaasti esillä lähes jokaisella elämämme osa-alueella, koska yleinen kulttuurin muutos on vahvasti kytkeytynyt ihmisen käyttäytymiseen. (Rissanen 2005, 42).

Palveluiden digitalisoituminen ei koske vain yritysmaailmaa, sillä digitaalisia palveluita pyritään tuomaan voimakkaasti myös julkisiin palveluihin. Julkishallinto pyrkii ottamaan huomioon modernissa yhteiskunnassa elävien ihmisten tarpeet. Suomessa julkishallinnolla on keskeinen rooli tietoyhteiskunnan tulevaisuutta ajatellen, ja se pyrkiikin kehittämään sähköistä asiointia ja palvelutuotantoa voimakkaasti. Palveluiden käytön helppous ja turvallisuus muodostavat julkishallinnon palveluiden kehittämisen lähtökohdan. Julkisten digitaalisten palveluiden kehittämisellä on tarkoitus tehdä palveluyhteiskunnastamme toimivampi kokonaisuus, joka palvelee kaikkia käyttäjiä. (Tuottava ja uudistuva Suomi 2011, 20.)

Tässä kehittämistehtävässä on ollut pitkälti kyse siitä, että perinteinen lähiopetus on digitalisoitu opetusvideoksi siten, että liiketoimintasuunnitelman laatiminen kävisi mahdollisimman mutkattomasti ajasta ja paikasta riippumatta tietokoneella tai mobiililaitteella. Opetusvideot ladataan YouTube-palveluun ja samalla ne upotetaan liiketoimintasuunnitelma.com-sivustolle niille oikeisiin kohtiin. Vaikka liiketoimintasuunnitelma.com-sivusto ei ole mobiililaitteelle skaalautuva, avautuvat siihen upotetut videot skaalautuvasti mobiililaitteen YouTube-applikaatiossa. Julkisten palveluiden digitaalisessa kehittämisessä on mielestäni kyse ainakin tässä tapauksessa standardien asettamisesta, ei suinkaan kilpailusta yksityissektorin kanssa. Jos yksityissektori kehittää parempia yritysneuvontapalveluja kuin julkinen sektori, on se mielestäni hyvä asia. Tässä tapauksessa yksityinen sektori ei ole mielestäni asettanut digitaalista laatustandardia liiketoimintasuunnitelman laatimiselle, ja tästä syystä on hyvä, että palvelu on digitalisoitu julkishallinnon toimesta yhteistyössä yrittäjäjärjestön kanssa.

Yritysmaailmalle digitalisoitumisella on ja on ollut merkittävä vaikutus, sillä nopeasti kehittyvä teknologia luo jatkuvasti uusia ratkaisuja ja toimintamalleja erilaisiin tarpeisiin. Sähköiset palvelut ovat merkittävässä osassa myös koko kansantalouttamme ja sen kehitystä ajatellen. Vaikka teknologiaa tuotannossa hyödynnettäessä suorittavien työntekijäiden määrä usein väheneekin, on digitaalisten palveluiden oikeanlainen hyödyntäminen hyvä keino työllisyyden ja talouskasvun lisäämiseksi. Palvelukonseptien kehittämisestä on muodostunut liiketoimintaa, jota kutsutaan digitaalitaloudeksi. (Aalto-yliopisto 2013.)

Lähitulevaisuuden haasteena pidetään digitaalisten palveluprosessien arviointia niiden

tarpeellisuuden näkökulmasta. Ennen palvelun digitalisoimista tulee arvioida sen oikea tarve. Palveluprosessin kulkuun ja itse palvelukokemukseen tulee tulevaisuudessa kiinnittää aiempaa enemmän huomiota. Julkishallinnon tavoitteena on kehittää rakennettaan niin, että erilaisten palveluiden kehittäjät voivat helposti tuottaa sellaisia sovelluksia, jotka ovat yhteydessä erilaisiin tukipalveluihin. Tällä tarkoitetaan ydinpalveluita, jotka vaativat digitaalisia tukipalveluita organisaation ulkopuolelta, esimerkiksi verkkopankkiyhteyksiä ja sähköistä tunnustautumista. (Tuottava ja uudistuva Suomi 2011, 26.)

Digitalisoituminen yhteiskunnassa on siis alkanut teknologian murroksen johtamana jo vuosikymmeniä sitten. Digitalisoitumisella tarkoitetaan esimerkiksi fyysisten tietokantojen muuttamista digitaaliseen formaattiin niin, että ne ovat luettavissa teknologian avulla. Nykypäivänä digitaaliset palvelut kuitenkin kattavat myös paljon muuta. Digitalisoitumista ei enää aja pelkästään tuotannon tai toiminnan helpottaminen organisaatiolähtöisesti, vaan myös asiakkaat haluavat itselleen digitaalisia palveluita. Osittain uudenlaisia tarpeita syntyy muuttuneiden käyttämieltyymysten ja tottumusten vuoksi, mutta digitaalisia palveluita halutaan nykyään myös puhtaasti viihdekokemuksien ja elämysten saamiseksi. Digitalisoitumisella siis nykyään usein tarkoitetaan digitaalisten palveluiden ulottumista myös sellaisiin prosesseihin, joihin sitä ei aikaisemmin ole ensisijaisesti käytetty. (Tuottava ja uudistuva Suomi 2011, 18–20 ref. Uhmavaara 2013.)

Asiakaskokemuksen kehittämisen tulee olla digitalisoinnin päätarkoitus. Tässä kehittämishankkeessa on ollut merkittävimpänä roolina juurikin asiakaskokemuksen parantaminen digitalisoinnin avulla.

4.1 Palvelumuotoilu

Jatkuvasti kovenevassa kilpailussa on palveluyritysten kehitettävä määrätietoisesti palvelutarjontaansa kokonaisuutena. Asiakkaiden kasvaviin tarpeisiin on kyettävä vastaamaan, ja sen lisäksi on pystyttävä tarjoamaan myös räätälöityjä palveluita oikeille asiakasryhmille. Safferin (2007, 198) mukaan palvelun varsinaisia käyttäjiä ajatellaan liian usein vasta palvelukokonaisuuden suunnittelemisen jälkeen. Edellä mainittu toimintatapa saattaa koitua yritykselle kalliiksi. (Tuulaniemi 2013, 55.)

Tämän palvelumuutoksen sisällön osatuottajana/toteuttajana voin todeta Safferin olevan oikeassa siinä, että työkaluja kehittävät parhaiten ne henkilöt, jotka niitä itse käyttävät.

Minä ja kollegani, yritysneuvoja Malina Pursiainen, olemme toimineet useita vuosia yrittäjinä ja tehneet yritysneuvojina yrittäjiksi aikovien henkilöiden kanssa töitä monialaisesti. Tästä syystä uskon tietävämmme, millä tavalla asiakas haluaa hänelle opetettavan liiketoimintasuunnitelman laatimista. Halusimme kuitenkin tutkia, miten asiakkaat kokivat tämän palvelumuutoksen, minkä vuoksi päätin tehdä asiakaskyselyn tekemistämme videoista.

Miettisen ja Koiviston (2009, 99) mukaan haasteena on tarjota jatkuvasti parempaa palvelua tai täysin uusia palveluja, jotka ovat kilpailijoita askeleen edellä ja jotka samanaikaisesti vastaisivat asiakkaiden tarpeita ja odotuksia. Asiakasnäkökulma ilahduttaa asiakkaita, kun he huomaavat palveluntuottajan ottaneen heidät huomioon ja tarjoavan tällä tavalla heille kasvavaa hyötyä palvelussaan (Tuulaniemi 2013, 245). Asiakkaiden tarpeet on tuotava palvelumuotoilussa palvelun kehittämisen keskiöön unohtamatta yrityksen liiketaloudellisia tavoitteita. Palvelun käyttäjien ymmärtäminen näiden omassa kontekstissa on paras tae palvelumuotoilun onnistumiselle ja sille, miten käyttäjien ymmärtäminen pystytään implementoimaan yrityksen liiketoimintaan (Miettinen & Valtonen 2013, 9). Tuulaniemi (2013, 95) toteaa palvelumuotoilun olevan looginen toimintamalli, joka yhdistää poikkeuksellisen kiinteällä ja toimivalla tavalla liiketoiminnan ja organisaation tavoitteet asiakkaan näkökulmaan.

4.2 Mitä palvelumuotoilulla tarkoitetaan?

Tuulaniemi (2013, 58) määrittelee palvelumuotoilun yhteisesti jaetuksi toiminta- ja ajattelutavaksi. Kaikkien palveluiden keskiössä on ihminen, eli palvelun käyttäjä. Palveluissa ovat olennaisesti mukana myös rajapinnassa toimivat asiakaspalvelijat. Asiakaspalvelijat ja asiakkaat muodostavat palvelukokemuksen yhdessä.

Vuorovaikutus asiakkaan ja palveluntuottajan välillä on keskeistä hyvän palvelukokemuksen rakentamisessa. Saffer (2007, 16) toteaa tässä vuorovaikutuksessa olevan kyse ihmisten ilmiöihin ja tapahtumiin liittämistä tarkoituksista ja siitä, kuinka ihmiset yrittävät ilmaista näitä tarkoituksia. Palvelumuotoilun huomio suuntautuu asiakkaan palvelupolulla sijaitseviin moniin kontaktipisteisiin, joiden kautta palvelu koetaan, aistitaan ja nähdään. Saffer (2007, 180) jakaa kontaktipisteet neljään luokkaan: tilat, esineet, prosessit ja ihmiset. Tilat ovat paikkoja ja tiloja, joissa palvelun näkyvä tuotanto tapahtuu. Palveluun kuuluvat esineet sijoittuvat tiloihin tai muuhun ympäristöön. Prosessit määrittävät

palvelun tuotantotavan ja ihmisiä tarvitaan tuottamaan palveluja. Tuulaniemi (2013, 80) jakaa Safferin tavoin kontaktipisteet neljään luokkaan ja muistuttaa näiden ihmisten ja brändin lukemattomien kontaktipisteiden muodostavan palvelulle sen erottamattoman ominaispiirteen, mahdollisuuden ja samalla myös haasteen.

Palvelumuotoilussa on Tuulaniemen (2013, 67) mukaan tärkeää päästä eroon siitä ajatusmallista, että kehittämisen keskiössä ovat aina tavarat ja että oheispalveluilla voidaan vain tehdä lisää rahaa. Kehittämisen keskiöön on laitettava ihminen tarpeineen. Suunniteltaessa palvelua on ymmärrettävä laaja-alainen kokonaisuus, johon palvelu liittyy. Usein palvelut tuotetaan tai kulutetaan muiden palveluiden kanssa. Saffer (2007, 4) mainitsee suunnittelun lähtökohdaksi kuluttajien käyttäytymisen ymmärtämisen.

Asiakasymmärryksen saavuttamiseksi yritysten on ymmärrettävä se todellisuus, jossa heidän asiakkaansa elävät ja toimivat (Tuulaniemi 2003, 71). Palvelumuotoilu lähtee käyttäjien tarkkailemisesta ja ymmärtämisestä juuri siinä ympäristössä, jossa palvelun arvo tosiasiaassa yhdessä luodaan. Saffer (2007, 175) fokusoi palvelumuotoilun kontekstiksi käyttöympäristön kokonaisuudessaan. Palvelumuotoilulle keskeistä on palveluajattelu, jonka mukaan palvelunarvo syntyy enemmän palveluntuottajan ja palvelunkäyttäjän välisen kanssakäymisen tuloksena kuin näkyvien tai näkymättömien tuotteiden välillä (Miettinen & Valtonen 2013, 99.) Mager (2008) määrittää Miettisen & Koiviston (2009, 15) mukaan palvelumuotoilun yksinkertaisesti asiakkaan näkökulmasta tuotetuiksi palveluiksi. Palvelumuotoilun tavoitteena on hänen mukaansa varmistaa, että palvelun rajapinnat tuottavat asiakkaalle hyötyä, ovat helppokäyttöisiä sekä haluttavia. Palveluntuottajan näkökulmasta palvelumuotoilun avulla varmistetaan, että tuotettu palvelu tuottaa tuloksia mahdollisimman tehokkaasti sekä on erottautuva muihin samalla alalla toimiviin yrityksiin nähden.

Tuulaniemi (2013, 229) vahvistaa Magerin määritelmän seuraavasti: ”Hyvä suunnittelu pyrkii kahteen päämäärään: ensinnäkin parhaaseen mahdolliseen asiakaskokemukseen ja toiseksi saavuttamaan liiketoiminnan tavoitteet”.

Yksi yritysneuvonnan onnistumisen mittareista on neuvonnan seurauksena perustettujen yritysten määrä. Mikäli tarjoamamme sähköiset palvelut yhdistettynä hyvään yritysneuvontaan koetaan laadukkaiksi ja asiakaslähtöisiksi, vaikuttaa se mitä todennäköisimmin perustettavien yritysten määrään ja ylipäätään asiakastytyväisyyden kasvuun.

Miettisen ja Valtosen (2013, 116) mukaan palvelunsuunnittelijan tulee lähestyä loppukäyttäjän ajattelu-, tunne- ja kokemusmaailmaa ajattelemalla palvelutarjoamaa asiakasrajapinnan tuotteena käytettävyyden näkökulmasta. Palvelunmuotoilu on sosiaalisen muutoksen seurausta, jossa erityisesti sosiaalisella medially on ollut keskeinen rooli. Ihmiset haluavat jakaa kokemuksiaan verkossa ja osallistua näin palveluiden kehittämiseen. Further, Sanders ja Stappers (2008) määrittävät Miettisen ja Koiviston (2009, 7 ref Kapanen 2014) mukaan tällaisen yhteistyön luovuuden muotona, jossa kaksi tai useampi ihminen jakaa asioita monialaisesti ja sattumanvaraisesti. Ihmisiä ja suunnittelijoita ei ole koulutettu toimimaan yhdessä, vaan toimintaa ohjaavat enemmänkin kokeellisuus ja luovuus kuin suunnitelmallisuus.

Palvelu on prosessi, ja palveluyritys mahdollistaa asiakkaan arvontuotantoprosessin. Organisaatio palvelee asiakkaita. Yritys tarjoaa asiakkaille resursseja ja palveluprosesseja, joissa tapahtuu asiakkaan ja palveluntuottajan välistä vuorovaikutusta. Arvoa luovat sekä asiakas että palvelun tarjoava yritys yhdessä. (Tuulaniemi 2013, 40.) Mager (2009) korostaa Miettisen & Koiviston (2009, 38) mukaan tätä yhteistyötä. Asiakkaan näkeminen passiivisen kuluttajan sijasta aktiivisena kumppanina palveluntuotantoprosessissa mahdollistaa yhdessä luodun aidon arvon tuottamisen.

Edellä mainitusta syystä pyrimme tutkimaan kehittämiemme palvelujen laadukkuutta ja asiakastyytyväisyyttä muun muassa asiakaskyselyillä ja vapaamuotoisilla haastatteluilla. Mielestäni kaikkea toiminnan kehittämistä pitää aina seurata tuloshakuisuus ja mittarointi, samoin kuin esimerkiksi yritystoiminnassa mitataan sijoitetun pääoman tuottoa.

5 Opetusvideon tuotantoprosessi

Opetusvideoita tehdään nykyisin paljon, sillä niissä pystytään näyttämään opetettavat asiat konkreettisesti. Näkemisellä opitaan paremmin kuin kuulemisella. Aikuinen ihminen oppii pääosan tiedoistaan ja taidoistaan näköaistin välityksellä. Seuraavana tulevat kuulolaisti ja tuntoaisti. Opetusvideon tuotanto jakautuu kolmeen eri vaiheeseen: esituotantoon, varsinaiseen tuotantoon ja jälkituotantoon. Esituotantoon kuuluu tuotannon suunnittelu, budjetointi, käsikirjoitus ja aikataulu. Varsinaiseen tuotantoon kuuluu opetusvideon kuvaus ja äänitys. Jälkituotantoon kuuluu editointi ja jakelu. (Holmlund 2010, 5.)

Yleisen käsityksen mukaan aikuinen ihminen oppii pääosan tiedoistaan näköaistin välityksellä, minkä jälkeen tulevat kuulo- ja tuntoaisti. Jotta oppiminen olisi mahdollisimman tehokasta, on ilmeistä, että kun kaikki edellä mainitut aistit yhdistetään, on tuloksena tehokkain tapa oppia. Mitä enemmän meitä havainnollistetaan ja osallistetaan, sitä paremmin me opimme. Opetus on konkreettisempaa silloin, kun se pohjautuu useampaan aistiin, ja sitä paremmin opittu materiaali myös pysyy muistissa. (Holmlund 2010, 5.)

Kun puhutaan median vaikutuksesta oppimiseen, kannattaa muistaa se, ettei interaktiivinen multimedia eikä opetuksessa käytetty muukaan media ole tae oppimiselle. Oppiminen on viime kädessä oppijan omalla vastuulla, joten parhaassakin tapauksessa median ja oppimisen välillä on vain epäsuora yhteys. Ihminen oppii ajattelemalla, ei mediasta. Kun ihminen ajattelee, hän oppii, ja siksi oppiminen onkin ajattelemisen tulosta. (Holmlund 2010, 8.)

Kaikki digitaalisessa muodossa oleva oppimateriaali, joka on tarkoitettu jonkin tietyn aiheen opiskelua varten, on digitalista oppimateriaalia. Suurin eroavaisuus digitaalisen oppimateriaalin ja perinteisen opetusohjelman välillä on se, että digitaalista materiaalia voi käydä läpi haluamallaan tavalla. On tärkeää, että digitaalinen oppimateriaali tukee tätä navigointia mekanismeilla, jotka auttavat oppijaa hahmottamaan, missä kohtaa oppimateriaalia hän milloinkin on. (Holmlund 2010, 9.)

Laadukasta opetusta ajatellen on käytettävällä oppimateriaalilla kriittinen merkitys oppimiseen, mutta pelkkä laadukkaan oppimateriaalinkaan olemassaolo ei vielä takaa hyvää opetusta. Kyse on siitä, miten tätä laadukasta materiaalia käytetään ja kuinka toimitoja käytännössä suunnitellaan. Oppimistulokset kytkeytyvät voimakkaasti siihen, kuinka hyvät ohjeet oppilaille on annettu oppimateriaalin käytöstä. (Holmlund 2010, 9.)

Videotutoriaaleja ja luentotallenteita pystytään käyttämään monella eri tavalla hyödyksi opetuksessa. Tässä kehittämishankkeessa kyse oli videotutoriaalin tekemisestä. Luentotallenteita voidaan hyödyntää siten, että jos luento on esimerkiksi pidetty eri paikassa, voi opiskelija käydä luennon läpi myöhemmin ajasta ja paikasta riippumatta tallennetta katsoen. Videotutoriaalit mahdollistavat oppimisen ensin katsomalla ja sen jälkeen tekemällä perässä. Hyvän opetusvideon tarkoituksena on elävöittää ja havainnollistaa opettavia asioita tarinan kerronnan kautta. (Holmlund 2010, 9.)

Kehittämistehtävän tarkoituksena oli juurikin mukailla edellä mainittua tapaa siten, että liiketoimintasuunnitelmaa laativa asiakkaamme voi samaan aikaan katsoa videoita laatiessaan liiketoimintasuunnitelmaansa.

Opetusvideon kohtausten tulee olla sopivan lyhyitä; muussa tapauksessa oppija saattaa menettää mielenkiintonsa ja silloin myös varsinainen oppiminen voi jäädä vähäiseksi. Minuutissa tai kahdessa voidaan antaa jo huomattavan paljon informaatiota kuvan ja äänen avulla. Videon pitää olla vakuuttava ja luoda mielikuvia.

Pyrimme tekemään opetusvideoistamme lyhyitä ja ytimekkäitä, sillä tiedostimme, että videoiden sopiva pituus on kriittinen tekijä asiakaskokemuksen kannalta.

5.1 Esituotanto

Opetusvideoiden suosio on kasvussa. Niiden tarkoituksena on opastaa, miten asioita voidaan tehdä. Videoissa käydään läpi tekemisen erilaisia vaiheita ja kerrotaan samalla, mitä tehdään. Yritysmailma on löytänyt opetusvideot ja niitä käytetäänkin erilaisissa koulutuksissa. Yksi yhteinen tekijä kaikissa laadukkaissa videotutoriaaleissa on hyvä käsikirjoitus. Hyvä käsikirjoitus on selkeä, järjestelmällinen, ja sen avulla pystytään opastamaan katsoja loogisesti prosessin läpi. (Holmlund 2010, 5.)

Esituotantoa suunnittelimme kollegani Malina Pursiaisen kanssa mahdollisimman käytännönläheisesti. Yrittäminen on käytännönläheistä, ja niin on oltava sen opastaminenkin. Liiketoimintasuunnitelma koostuu seitsemästä tekstiosiosta, ja jokaiseen osioon haluttiin tehdä oma videonsa niin, että täyttäjällä on aina kussakin kohdassa mahdollisuus avata kyseisen kohdan täyttämistä opastava video. Liiketoimintasuunnitelma.com-sivuston etusivulle teimme lisäksi kaksi videota, joissa kerrotaan yrittäjyyden eri muodoista ja siitä, miksi liiketoimintasuunnitelma ylipäättään tarvitaan.

5.2 Käsikirjoitus

Videotuotannon suunnitelma on käsikirjoitus, ja sen avulla varsinainen video kuvataan.

Mitä parempi ja yksityiskohtaisempi käsikirjoitus on, sitä paremmin kuvaukset sujuvat. Käsikirjoitus voi perustua tarinaan, visioon, oppikirjaan tai johonkin muuhun oppimismateriaaliin, kuten romaaniin tai vastaavaan. Näyttelijöiden repliikit ja tapahtumien kuvaukset kuuluvat hyvään käsikirjoitukseen. Käsikirjoituksessa on tapana käyttää vakiintuneita termejä, joiden tehtävänä on auttaa ymmärtämään, missä tai miten kuvataan. (Holmlund 2010, 5.)

Käsikirjoituksen videoihin teimme esimerkkiyrityksen kautta. Käytimme esimerkkinä parturikampaamo. Suunnittelimme repliikit ja asiasisällön siten, että kerronnan kautta opastettiin, mitä vaiheita parturikampaamon perustamisessa ja sen liiketoimintasuunnitelman laatimisessa tulee ottaa huomioon. Hyvän käsikirjoituksen avulla itse tuotanto sujui mutkattomasti ja videot kuvattiin nopealla aikataululla. Sisällön suunnittelu ja esityö vei meiltä huomattavan paljon enemmän aikaa kuin varsinainen kuvaaminen.

5.3 Kuvakäsikirjoitus

Storyboard eli kuvakäsikirjoitus on sarjakuva-tyylinen piirrosten sarja eri kohtauksista, ja sitä käytetään, kun suunnitellaan ja organisoidaan kuvausta sekä editointia. Storyboardista on suuri hyöty, kun kuvauksia järjestellään erilaisten otosten visuaalisten aspektien mukaan. Siitä on usein myös apua muun muassa kameran sijoittelua ajatellen. Storyboard helpottaa otosten etenemistä, ja sen avulla voidaan jo ennen varsinaisia kuvauksia varmistaa, että kuvavirrassa pysyy looginen jatkuvuus ja että otokset toimivat yhtenä kokonaisuutena. Storyboard voidaan hahmotella pelkällä lyijykynällä. (Holmlund 2010, 12.)

Kuvakäsikirjoitusten tekeminen oli osa hyvää valmistautumista kuvauspäiviä ja varsinaisen sisällön tuottamista ajatellen. Kuvakäsikirjoitus auttoi myös sisällön suunnittelemisessa ja repliikkien jakamisessa.

5.4 Aikataulu

Järkevästi suunnitellulla aikataululla on merkittävä rooli videotuotannon onnistumista ajatellen. Tarvittava budjetti, aika, henkilöstö ja muut resurssit määritellään aikataulun

avulla. Aikataulun tekeminen kuuluu useimmiten apulaisohjaajan tai tuotantopäällikön tehtäviin

Tyypillisesti aikataulutus etenee lukemalla ensin käsikirjoitus, minkä jälkeen se puretaan ja merkitään. Tämän jälkeen mietitään kuvausten aikataulutus ja laaditaan tuotantokäivio. Viimeisenä vaiheena aikataulutus hyväksytään, ja tämän jälkeen budjetoidaan tuotanto. (Holmlund 2010, 13.)

Pyrimme tapaamaan sisällöntuotannon tiimoilta kollegani Malina Pursiaisen kanssa noin kerran viikossa. Suunnittelimme paperille yhden videon kerrallaan sisältöineen, ja hyväksytimme tuottamamme sisällön esimiehellämme Toivo Utsolla ennen varsinaista kuvaamista. Saimme usein Utsolta ideoita, joiden pohjalta videoiden asiasisältöä muokattiin.

6 Kehittämistehtävän toteutus

6.1 Toteutuksen taustaa

Varsinainen muutospilotti oli osaltaan aloitettu jo ennen omaa osallistumistani projektiin. NewCo YritysHelsingin yritysneuvoja Malina Pursiainen oli aloittanut ensimmäisen kehittämisympäristön ennen mukaantuloani yhteistyössä Suomen Yrittäjien kanssa. Tarve opetusvideoiden tekemiselle oli syntynyt NewCo YritysHelsingin yritysneuvojen ja Suomen Yrittäjien järjestöpäällikkö Joonas Mikkilän toimesta. Tämän onnellisen yhteensattuman seurauksena lähdettiin vuonna 2015 yhdessä Suomen Yrittäjien ja Janne Cederbergin (Opetus.tv) kanssa suunnittelemaan opetusvideoille perustuvaa oppimiskokonaisuutta.

Ensimmäinen kehittämisvaihe oli ”liiketoimintasuunnitelman laskelmat” -osion videoiminen ja siirtäminen YouTubeen julkiseen jakeluun elokuussa 2015. Pursiainen pyysi minua mukaan palvelukehittämiseen, kun se päätettiin kokonaisuudessaan videoida. Suunnittelimme, käsikirjoitimme ja kuvasimme videoita aikavälillä 11/2015 – 03/2016. Kun kaikki videot olivat valmiita, päätettiin varsinainen muutos implementoida prosessiin. Pidin ensimmäisen yritysinfotilaisuuden 23.3.2016, jolloin tämä uusi palvelumuutoskokonaisuus implementoitiin.

Videoita on ollut NewCo YritysHelsingin yritysneuvojen Malina Pursiaisen, Valentin Babbitzin, Valto Loikkasen, Toivo Utson ja Roger Törnblomin lisäksi ideoimassa ja toteuttamassa Joonas Mikkilä (Suomen Yrittäjät). Janne Cederberg (Nettiniilo Oy, Opetus.tv) ohjasi opinnäytetyössä käsiteltävien videoiden teknisen toteutuksen. Rahoitus hankkeeseen tuli Suomen Yrittäjiltä.

Tämän kehittämistehtävän toteutuksen taustalla oli muitakin tekijöitä kuin liiketoimintasuunnitelmien laatimisen helpottaminen ja niiden laadun parantaminen. Taustalla oli myös muutakin kehittämistä kuin pelkästään videoiden tekeminen ja niiden lisääminen liiketoiminta.com-sivustolle. Halusimme yleisellä tasolla kehittää ja modernisoida yritysneuvonnan palveluita ja testata uutta työkalua, virtaviivaistaa ja keventää yritysinfotilaisuutta, parantaa asiakaskokemusta kokonaisuudessaan, tehostaa neuvontatapaamisia, parantaa työssä viihtyvyyttä ja samalla saada niin sanottuja ”valmiimpia paketteja” neuvontaan ja vähentää turhia asiakaskäyntejä.

6.2 Aikataulu ja toimenpiteet

Alla olevassa taulukossa on kuvattu kehittämistehtävän aikataulua toimenpiteineen.

Tehtävä	Aikataulu
• Nykytilan kartoitus	• 10/2015
• Sisällön tuottaminen ja videoiden kuvaaminen	• 11/2015 - 03/2016
• Videoiden julkaisu	• 03/2016
• Kirjoittamista	• 08/2016
• Asiakaskysely/henkilöstön haastattelut	• 09/2016 - 10/2016
• Tulosten analysointi ja opinnäytetyön viimeistely	• 10/2016
• Tulosten esittely	• 11/2016

Taulukko 1. Aikataulu ja toimenpiteet

Videot 1 ja 2 käsikirjoitettiin 1.–16.11.2015 ja kuvattiin 17.–19.11.2015 NewCo YritysHelsingin aulatiloiissa. Loput kuusi videota käsikirjoitettiin tammi-helmikuun aikana 2016, ja ne kuvattiin NewCo YritysHelsingin tiloissa 3.–4.3.2016. Valmiit videot julkaistiin YouTube-palvelussa Nuoretyrittäjät.tv-kanavalla 15.3.2016. Videoiden sisällön tuottivat, käsikirjoittivat ja niissä esiintyivät yritysneuvojat Malina Pursiainen ja Valentin Babitzin.

6.3 Videot ja liiketoimintasuunnitelma.com

Videoita tehtiin tämän kehitystehtävän seurauksena yhteensä yhdeksän kappaletta. Videot ladattiin YouTube-palveluun Nuoretyrittäjät.tv-kanavalle, ja lisäksi ne upotettiin liiketoimintasuunnitelma.com-sivustolle oikeille paikoilleen.

Liiketoimintasuunnitelma.com on internet-työkalu, jonka avulla laaditaan liiketoimintasuunnitelmia. Liiketoimintasuunnitelma on tärkeä suunnitteluväline yrittäjälle itselleen, pohja henkilökohtaiselle yritysneuvonnalle ja tärkeä liite muun muassa rahoitusta haettaessa. Liiketoimintasuunnitelma.com-sivustolla on vuosittain noin 220 000 kävijää, ja sen kautta laaditaan noin 14 000 liiketoimintasuunnitelmaa vuodessa.

Liiketoimintasuunnitelma.com-sivuston tekstiosuus on jaettu seitsemään eri osioon, ja tämän lisäksi siinä on erikseen rahoituslaskelmaosio. Liiketoimintasuunnitelma.com-sivuston etusivulle teimme kaksi videota alustusta ajatellen. Niissä kerrotaan yrittäjyyden eri muodot ja se, miksi liiketoimintasuunnitelma ylipäätään kannattaa tehdä.

Ensimmäisessä kahdessa videossa esiinnyimme yritysneuvoja Pursiaisen kanssa keskustellen ja alustaen yrittäjyyttä ja sen eri muotoja, ja toisessa alustusvideossa käymme läpi, mikä ylipäätään on liiketoimintasuunnitelma ja miksi se kannattaa laatia. Loput seitsemän videota on kuvattu liiketoimintasuunnitelma.com-sivuston ruutukaappausta ja minun sekä Pursiaisen ääniopastusta käyttäen.

Alle olen listannut tekemämme videot sisältöineen ja tarkoituksineen. Ensimmäistä videota ja sen tuotantoprosessia olen analysoinut syvällisemmin, jotta lukija saisi paremman kuvan siitä, miten videot käytännössä toteutettiin:

Yrittäjyyden eri muodot -video. Tämä video oli ensimmäinen liiketoimintasuunnitelma.com-etusivulle upotetuista videoista. Siinä käsiteltiin yrittäjyyden eri muotoja. Halusimme tuoda jo heti alussa ilmi, minkälaisia vaihtoehtoja yrittäjyydelle on tänä päivänä olemassa. Avasimme jokaista yrittäjyyden eri muotoa käyttäen esimerkkinä parturikampaamoja. Parturikampaamoja peilattiin videoissa kaikkiin yrittäjyyden eri muotoihin, sillä sitä kautta pystyimme havainnollistamaan katsojille, miten samaa asiaa voi tehdä usealla eri tavalla. Tähän videoon laadittiin kuvakäsikirjoitus ja repliikit, sillä esiinnyimme Pursiaisen kanssa videolla keskustellen ja samalla kertoen asiasisällön. Piirsimme hyvissä ajoissa ennen kuvauksia kuvakäsikirjoitukset ja kirjoitimme niihin sopivat repliikit. Olimme aiemmin käyneet kuvaamassa videossa näkyviä still-kuvia erilaisista yrityksistä ja muista tapahtumista, ja näiden kuvien tarkoituksena oli havainnollistaa kerrontaa. Videot kuvattiin NewCo YritysHelsingin Yrityslinnan aulatiloiissa, sillä halusimme mahdollisimman valoisaa ja luontevaa kuvausympäristön, jotta lopputuloksesta tulisi luonnollinen eikä liian lavastetun näköinen. Pyrimme muutenkin autenttisuuteen videon tuotannossa aina mahdollisuuksien mukaan; esimerkiksi tämän videon yrityskauppa-kohtauksessa esiintyy eräs Kalliossa edelleen toimiva parturikampaaja-yrittäjä ja silloinen työharjoittelijamme. Kuvassa kätelevät nuori ja iäkäämpi nainen, jotka ovat kuvitteellisesti tehneet juuri yrityskaupan parturikampaamosta. Kyseisessä kohdassa puhutaan samalla myös sukupolvenvaihdoksesta, joka on tällä hetkellä myös olennainen osa yrittäjyyttä, sillä tälläkin hetkellä on olemassa huomattava määrä yrityksiä, jotka etsivät toiminnalle jatkajaa nykyisen yrittäjän jäädessä eläkkeelle. Halusimme jäljitellä videoissa mahdollisimman aitoja tapahtumia, asioita ja tilanteita.

Tämän ensimmäisen videon pituus on 4 minuuttia ja 37 sekuntia.

Linkki videoon:

https://www.youtube.com/watch?v=YPbBhTx9NnU&index=1&list=PLTucN4zpbWZnb_99qGN7NQdheTjl9fPqJ

Miksi liiketoimintasuunnitelma? -video. Tässä toisessa etusivulle upotetussa videossa haluttiin kertoa, mihin kaikkeen liiketoimintasuunnitelmaa ylipäättään tarvitaan ja miksi se kannattaa tehdä. Tässä videoissa ei käytetty esimerkkiyrityksenä parturikampaamoja, vaan puhuttiin yleisellä tasolla liiketoimintasuunnitelmasta, rahoituksesta, yritysneuvonnasta ja liiketoimintasuunnitelma.comista. Nämä ensimmäiset kaksi videota, joissa Pursiaisen kanssa näyttelimme, olivat

huomattavasti muita varsinaisen liiketoimintasuunnitelman täyttämiseen opastavia videoita pidempiä.

Tämän videon pituus on 3 minuuttia ja 30 sekuntia.

Linkki videoon:

https://www.youtube.com/watch?v=PKcSYylxggw&index=1&list=PLTucN4zpbWZnb_99qGN7NQdheTjl9fPqJ

Liikeidean tiivistelmä ja SWOT-analyysi -video. Tämä video tulee liiketoimintasuunnitelma.com-etusivun jälkeen järjestyksessä ensimmäisenä liiketoimintasuunnitelman tekstiosiossa kohdassa 1. Liikeidean tiivistelmä. Tämä video aloitettiin kertomalla sivuston teknisistä ominaisuuksista, kuten automaattitallennustoiminnosta ja yrityksen perustietojen kirjaamisesta. Tämän jälkeen siirryttiin liikeidean tiivistelmän kirjoittamisen opastamiseen ja SWOT-analyysin täyttämistä koskeviin asioihin. Halusimme tässäkin kohdassa painottaa konkretian merkitystä, sillä yrittäminen on hyvin konkreettista tekemistä ja aiottu toiminta tulee käydä selväksi jo heti liikeidean kuvauksessa.

Tämän videon pituus on 2 minuuttia ja 10 sekuntia.

Linkki videoon:

https://www.youtube.com/watch?v=0Vq9r-34GaA&index=1&list=PLTucN4zpbWZnb_99qGN7NQdheTjl9fPqJ

Osaaminen-video. Kohta 2. Osaaminen-videossa painotettiin kirjaamaan vain aiottua liiketoimintaa tukevaa koulutusta, osaamista ja harrastuneisuutta, jota yrittäjäksi aikovalla on. Tätä kohtaa haluttiin painottaa siksi, että välillä liiketoimintasuunnitelmissa mainitaan osaamista ja koulutusta, jotka eivät tue aiottua liiketoimintaa millään tavalla eikä niitä silloin ole syytä kirjata.

Tämän videon pituus on 47 sekuntia.

Linkki videoon:

https://www.youtube.com/watch?v=vdEYFMi7R8Q&index=1&list=PLTucN4zpbWZnb_99qGN7NQdheTjl9fPqJ

Tuotteet ja palvelut -video. Kohta 3. Tuotteet ja palvelut -videossa painotimme palvelujen tuotteistamista ja hinnoittelua. Myös erottautumistekijät pyydettiin kir-

jaamaan kilpailuetua ajatellen. Tuotekategorioita on liiketoimintasuunnitelma.comissa kuusi kappaletta, ja annoimme ohjeet kuinka ne täytetään siinäkin tapauksessa, vaikka yrittäjän tuleva tuote-/palveluvalikoima olisikin suurempi.

Tämän videon pituus on 1 minuutti ja 19 sekuntia.

Linkki videoon:

https://www.youtube.com/watch?v=m-w63e0U9x8&index=1&list=PLTucN4zpbWZnb_99gGN7NQdheTjl9fPqJ

Asiakkaat ja markkinat -video. Kohta 4. Asiakkaat ja markkinat -videossa painotimme sitä, että ennen toiminnan aloittamista on hyvä tiedostaa tulevat potentiaaliset asiakkaat mahdollisimman tarkasti, sillä segmentoinnin ja markkinointitoimenpiteiden merkityksellä on tärkein rooli tulevaisuuden menestymistä ajatellen. Tässä kohdassa ohjaus oli hiukan provokatiivistakin, sillä halusimme haastaa tulevaa yrittäjää sillä, että potentiaaliset asiakkaat tulee olla tiedossa ennen toiminnan aloittamista, mikä on totta. Hiukan kärkkäästi muotoilimme: ”yrittäjän pitää tietää, keitä tulevat asiakkaat ovat ja miten heidät tavoitetaan.”. Edellä mainittu lause saattaa olla jonkun mielestä hiukan provokatiivinen, mutta jokainen yrittäjä joutuu vastaamaan tuohon kysymykseen joka tapauksessa, joten on hyvä miettiä vastaus valmiiksi ennen yrityksen perustamista. Videossa annettiin ohjeet myös asiakasryhmien täyttämiskohtaan sekä puhuttiin markkinaselvityksestä ja markkinointisuunnitelmasta.

Tämän videon pituus on 57 sekuntia.

Linkki videoon:

https://www.youtube.com/watch?v=6BqAmQM1i28&index=1&list=PLTucN4zpbWZnb_99gGN7NQdheTjl9fPqJ

Markkinat ja kilpailijat -video. Kohta 5. Tässä videossa painotettiin markkinatilaan ja toimialan tuntemuksen tärkeyttä menestymisen edellytyksenä. Neuvottiin nimeämään kilpailijoita sekä analysoimaan ja refleктоimaan näitä. Tämän videon pituus on 41 sekuntia.

Linkki videoon:

https://www.youtube.com/watch?v=PToZh1dLeb4&list=PLTucN4zpbWZnb_99gGN7NQdheTjl9fPqJ&index=7

Oma yrityksesi -video. Kohta 6. Oma yritys. Tässä videossa opastettiin kertomaan kaikki oleellinen aiotusta toiminnasta, mitä ei vielä aiemmissa kohdissa ole kerrottu. Opastettiin kertomaan esimerkiksi toimitiloista, työntekijöistä, yrittäjien määrästä, yhtiömuodosta ja työn suorittamisen kannalta tärkeistä välineistä. Tässä kohdassa painotettiin rahoituksen tärkeyttä ja luvanvaraisuuden selvittämistä.

Tämän videon pituus on 1 minuutti ja 5 sekuntia.

Linkki videoon:

https://www.youtube.com/watch?v=qi-sb4--dMs&index=8&list=PLTucN4zpbWZnb_99gGN7NQdheTjl9fPqJ

Kirjanpito ja talouden suunnittelu -video. Kohta 7. Tässä kohdassa painotimme hyvän tilitoimiston tärkeyttä ja sitä, että talousasiat kannattaa järjestää asiankuuluvalla tavalla. Opastimme rahaliikenteen, laskutuksen ja vakuutusten järjestämisen kanssa. Lopuksi näytimme, kuinka valmis liiketoimintasuunnitelma ladataan pdf-tiedostoksi.

Tämän videon pituus on 1 minuutti ja 57 sekuntia.

Linkki videoon:

https://www.youtube.com/watch?v=NbBwKfQViF0&index=1&list=PLTucN4zpbWZnb_99gGN7NQdheTjl9fPqJ

7 Kehittämistehtävän tulokset

Kehittämistehtävän onnistumista arvioitiin asiakaskyselyn, haastatteluiden ja havaintojen perusteella.

7.1 Yritysinfotilaisuus muutoksen jälkeen

Ennen muutosta yritysinfotilaisuus koostui yritysneuvonnan tiimoilta kahdesta osa-alueesta: yrittäjyyden perusasiat ja liiketoimintasuunnitelman laatiminen. Edellä mainitut osuudet kestivät ajallisesti yhteensä noin kaksi tuntia ja 30 minuuttia. Tämän jälkeen alkoi TE-palveluiden pitämä noin tunnin pituinen starttiraha-infotilaisuus. Yritysinfotilaisuus kesti kokonaisuudessaan noin kolme tuntia ja 30 minuuttia.

Muutoksen seurauksena yritysinfosta jätettiin pois liiketoimintasuunnitelman laatiminen -osio, sillä palvelumuutoksen seurauksena tämä osio digitalisoitiin ja ladattiin YouTubeen sekä upotettiin liiketoimintasuunnitelma.comiin. Seuraavissa taulukoista käy ilmi muutosta edeltävä tila ja jälkimmäisenä nykytila.

Tilaisuuden kulku (ennen muutosta)

Klo 13.00-14.30 Yrittäjäksi? Startup-yrittäjäksi – info

- NewCo Helsinki
- Yrittäjyyden eri muodot
- Yrityksen kehitysvaiheet ja palvelut
- Yrityksen perustamisessa huomioitavaa

Klo 14.30-15.30

Liiketoiminta-suunnitelma –info (tämä osio jäi pois ja on nyt YouTubessa muutoksen seurauksena)

Klo 15.30-16.30 Starttiraha –info



Kuvio 3. Yritysinfotilaisuuden kulku ennen muutosta

Tilaisuuden kulku (muutoksen jälkeen)

Klo 13.00-14.30 Yrittäjäksi? Startup-yrittäjäksi –info

NewCo Helsinki
Yrittäjyyden eri muodot
Yrityksen perustamisen vaiheet
Yrityksen perustamisessa huomioitavaa
Liiketoimintasuunnitelman lyhyt briiffaus

**Klo 14.30-15.30
Starttiraha –info**



Kuvio 4. Yritysinfotilaisuuden kulku muutoksen jälkeen

Muutoksen seurauksena yritysinfotilaisuutta on saatu lyhennettyä noin tunnilla. Infotilaisuus on keventynyt ja virtaviivaistunut huomattavasti tämän palvelumuutoksen seurauksena niin yritysneuvojen kuin asiakkaidenkin mielestä.

7.2 Liiketoimintasuunnitelmien tason muutos

Olen keskustellut liiketoimintasuunnitelmien tasosta palvelumuutoksen jälkeen eri yritysneuvojen kanssa, ja saamieni palautteiden perusteella voidaan yleisesti todeta, että liiketoimintasuunnitelmien taso on noussut yritysneuvojen mielestä palvelumuutoksen seurauksena. Asiakkaat tulevat neuvontaan pääosin kattavammin laadittujen liiketoimintasuunnitelmien kanssa; niissä on enemmän tekstiä ja niistä käy ilmi, että aiottua liiketoimintaa on katsasteltu kriittisemmin ja laaja-alaisemmin. Tässä yhteydessä on myös todettava, että neuvontaan saapuu edelleen henkilöitä puutteellisilla liiketoimintasuunnitelmilla, mutta näiden henkilöiden määrä on vähentynyt palvelumuutoksen jälkeen. Liiketoimintasuunnitelmaa lukiessa on yritysneuvojan usein helppo huomata, onko asiakas

katsonut videoita vai ei. Tämä edellä mainittu huomio on osoitus siitä, kuinka suuri merkitys videoiden tekemisellä on ollut. Myös rahoituslaskelmat on yleisesti ottaen suhteellisen kattavasti laadittu verrattuna aikaan, jolloin videot eivät olleet katsottavissa internetissä.

7.3 Työhyvinvointi muutoksen jälkeen

Eri yritysneuvojen kanssa käymieni keskustelujen perusteella ovat yritysinfotilaisuuksien vetäjät olleet tyytyväisiä nykymalliin, sillä tilaisuus on lyhentynyt noin tunnilla ja siten sen pitäminen on keventänyt työtaakkaa ja parantanut osaltaan työssä viihtyvyyttä. Muiden yritysneuvojen kanssa käymieni keskusteluiden perusteella olen ymmärtänyt, että yritysinfotilaisuuden voisi usein digitalisoida lähes kokonaan tai ainakin siltä osin, kun se on järkevää. Olen myös sitä mieltä, että infotilaisuuden digitalisointia pitäisi lisätä entisestään, mutta yritysneuvojan läsnäolo tilaisuudessa on kuitenkin välttämätöntä, sillä kysymyksiä esitetään infotilaisuudessa paljon, ja niihin tulee olla ammattilainen vastaamassa.

Yritysneuvojen mielestä myös neuvontatapaaminen on tehostunut, sillä liiketoimintasuunnitelmien korkeampi valmiusaste tekee neuvonnasta hedelmällisempää ja sujuvampaa. Myös niin sanottujen turhien neuvontakäyntien määrä on vähentynyt ja yritysneuvonnan jonot ovat lyhentyneet. Tässä yhteydessä on kuitenkin todettava, että organisaatiossamme on tehty muutakin kehitystä ja henkilökuntamme määrä on kasvanut, joten ei voida todeta, että jonojen lyhentyminen olisi pelkästään videoiden ansiota.

7.4 Ladattujen videoiden määrä

Palvelumuutoksen seurauksena videoita tehtiin yhdeksän kappaletta, ja ne upotettiin liiketoimintasuunnitelma.com-sivustolle, minkä ansiosta asiakas pääsee täyttäessään liiketoimintasuunnitelmaansa klikkaamaan videon auki ja saa näin apua kyseisen kohdan täyttämiseen. Videoita on katsottu YouTube-palvelussa yhteensä noin 32 000 kertaa noin kuuden kuukauden aikana, mikä on huomattavan suuri määrä tämän tyyppisille asiakaskeisille opetusvideoille. Tästä voidaan päätellä, että asiakkaat pitävät videoita hyödyllisinä ja että video-opetukselle opetustyökaluna on olemassa kysyntää.

7.5 Asiakaskyselyn tulokset

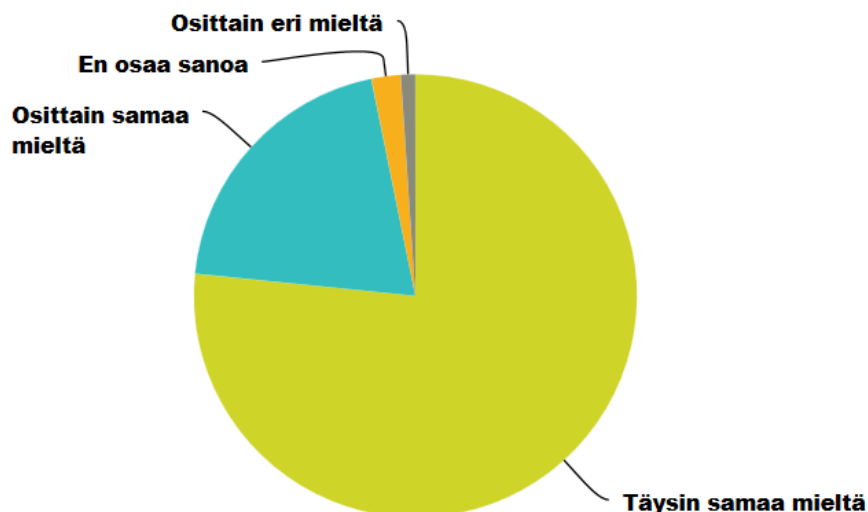
Asiakaskysely lähetettiin 12.9.2016 kaikille suomenkielisessä yritysneuvonnassa käyneille asiakkaille, jotka olivat käyneet neuvonnassa palvelumuutoksen jälkeen. Kysely lähetettiin 562 henkilölle ja vastauksia saatiin 94 kappaletta. Vastausaika oli 12.9.2016 – 24.10.2016. Palkintona vastanneiden kesken arvottiin lahjakortti hotelli Scandiciin.

Kysymykset laadittiin siten, että niihin olisi helppo vastata ja että niistä saatava tieto olisi mahdollisimman hyödyllistä jatkokehittämistä ajatellen. Laadin kysymykset esimieheni, palvelupäällikkö Toivo Utson, avustuksella sillä halusin, että kysymykset olisivat mahdollisimman konkreettisia ja niistä saatavat vastaukset tuottaisivat mahdollisimman paljon hyödyllistä informaatiota.

Avoimessa palautteessa vastaajat kokivat yleisesti palvelumuutoksen hyödylliseksi ja onnistuneeksi. Osa vastaajista myös totesi, että kehittämistä riittää tulevaisuudessa. Vastausten hajonta oli suurinta kohdassa, jossa tiedusteltiin esimerkkiyrityksen (kamppaamo) soveltuvuutta esimerkkiyritykseksi.

Videot olivat helposti löydettävissä liiketoimintasuunnitelma.com-sivustolla.

Answered: 94 Skipped: 0



Answer Choices	Responses
▼ Täysin samaa mieltä	76.60% 72
▼ Osittain samaa mieltä	20.21% 19
▼ En osaa sanoa	2.13% 2
▼ Osittain eri mieltä	1.06% 1
▼ Täysin eri mieltä	0.00% 0
Total	94

Kuvio 5. Videot olivat helposti löydettävissä liiketoimintasuunnitelma.com-sivustolla

Yllä olevasta kuviosta käy ilmi, että videot ovat olleet helposti löydettävissä liiketoimintasuunnitelma.com-sivustolta. Upotimme videot sivustolle mahdollisimman keskeiselle paikalle täytettävän tekstiosuuden yläpuolelle ja otsikon alapuolelle, sillä uskoimme sen olevan paras paikka näkyvyyttä ajatellen. Vastausten perusteella onnistuimme löytämään parhaan paikan näkyvyyttä ajatellen.

Videoissa annetut ohjeet oli helppo ymmärtää.

Answered: 94 Skipped: 0

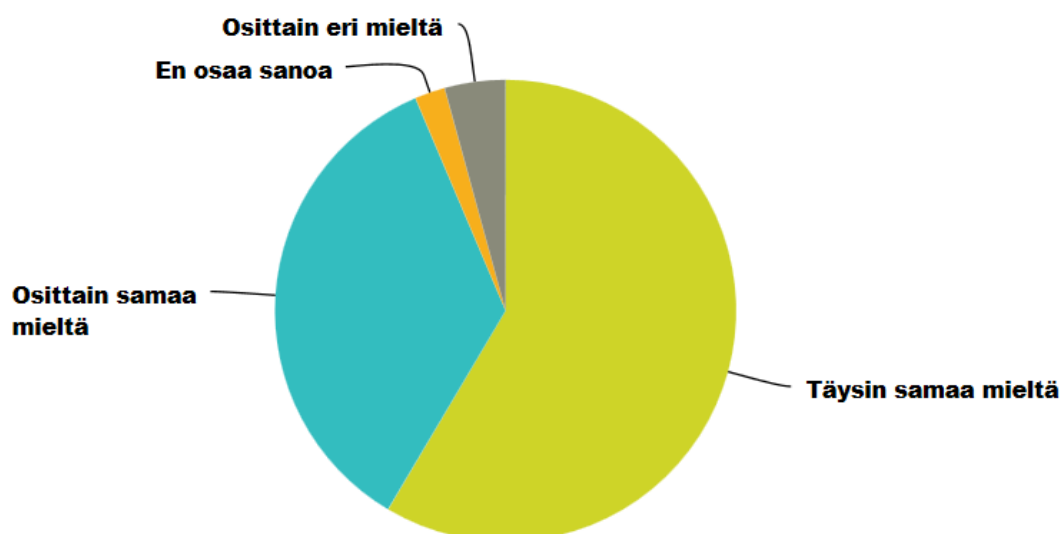


Kuvio 6. Videoissa annetut ohjeet oli helppo ymmärtää

Yllä olevasta kuviosta käy ilmi, että videoissa annetut ohjeet on ollut helppo ymmärtää. Pyrimme kertomaan asiat mahdollisimman konkreettisesti ja ”maanläheisiä” esimerkkejä käyttäen. Käytimme mahdollisimman paljon selkokieltä ja pyrimme kertomaan asiat mahdollisimman helposti ymmärrettävällä tavalla. Yritysneuvontatyön ja oman yrittäjyyden kautta konkreettisen tiedon tuottaminen on meille luontevaa.

Videot olivat sopivan lyhyitä.

Answered: 94 Skipped: 0



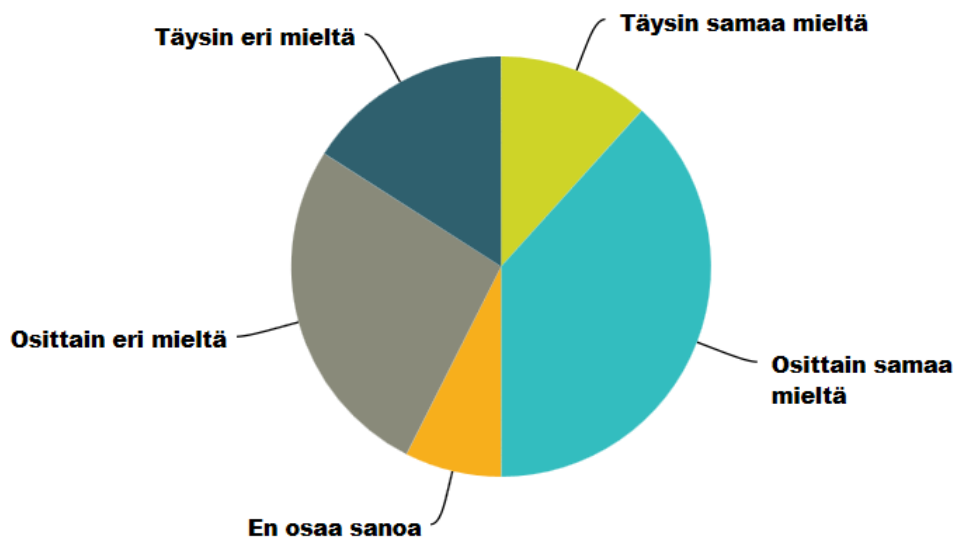
Answer Choices	Responses	
▼ Täysin samaa mieltä	58.51%	55
▼ Osittain samaa mieltä	35.11%	33
▼ En osaa sanoa	2.13%	2
▼ Osittain eri mieltä	4.26%	4
▼ Täysin eri mieltä	0.00%	0
Total		94

Kuvio 7. Videot olivat sopivan lyhyitä

Suurin osa vastaajista on ollut sitä mieltä, että videot ovat olleet sopivan lyhyitä. Olemme katsoneet paljon videotutortiaaleja, ja käsikirjoittaessamme videoita olimme Pursiaisen kanssa kumpikin sitä mieltä, että liian pitkiä videoita ei jaksakaan moni katsoa loppuun saakka, minkä vuoksi pyrimme tekemään videoistamme mahdollisimman lyhyitä ja ytimekkäitä.

Videoiden esimerkkiyrittäjä (kampaamo) oli helposti sovellettavissa omaan ideaani.

Answered: 94 Skipped: 0



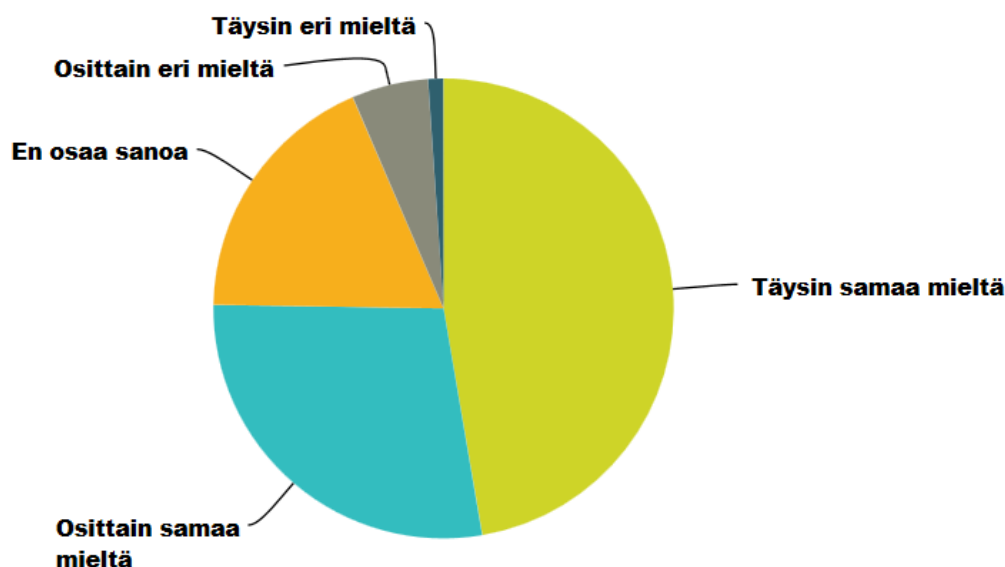
Answer Choices	Responses
▼ Täysin samaa mieltä	11.70% 11
▼ Osittain samaa mieltä	38.30% 36
▼ En osaa sanoa	7.45% 7
▼ Osittain eri mieltä	26.60% 25
▼ Täysin eri mieltä	15.96% 15
Total	94

Kuvio 8. Videoiden esimerkkiyrittäjä (kampaamo) oli helposti sovellettavissa omaan ideaani

Yllä olevien vastausten perusteella voidaan todeta, että erilaisia esimerkkiyrittäjiä kaivataan, sillä hajonta on ollut suurta. Yhtä universaalia yritysesimerkkiä, joka sopisi kaikkien yritystoimintaan, ei ole olemassa, joten erilaisille esimerkkiyrittäjille näyttäisi olevan tarvetta. Tämä tulos oli ennakoitavissa, ja se on arvokasta tietoa meille jatkokehitystä ajatellen.

Sain tehtyä mielestäni paremman liiketoimintasuunnitelman YouTube-videoiden avulla kuin ilman niitä.

Answered: 93 Skipped: 1

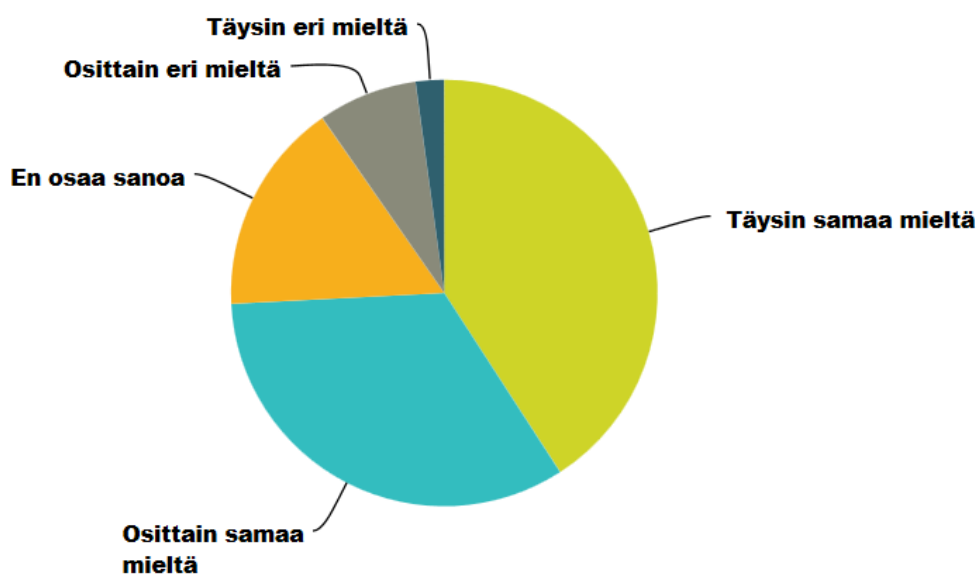


Kuvio 9. Sain tehtyä mielestäni paremman liiketoimintasuunnitelman YouTube-videoiden avulla kuin ilman niitä

Tässä kohdassa kulminoituu tämän kehittämishankkeen kannalta kriittisin tekijä: ylivoimaisesti suurin osa vastaajista oli sitä mieltä, että he saivat tehtyä videoiden avulla paremman liiketoimintasuunnitelman kuin ilman videoita. Tätä hanketta lähdettiin tekemään juuri siksi, että haluttiin auttaa asiakkaita laatimaan parempi liiketoimintasuunnitelma video-opetuksen avulla. Tästä voidaan päätellä, että videoissa oleva tieto on helppo sisäistää ja että video-opettaminen on asiakkaiden mielestä hyvä opetusmetodi.

YouTube-videot saivat minut ymmärtämään mistä liiketoimintasuunnitelman laatimisessa on kysymys.

Answered: 93 Skipped: 1



Answer Choices	Responses	
▼ Täysin samaa mieltä	40.86%	38
▼ Osittain samaa mieltä	33.33%	31
▼ En osaa sanoa	16.13%	15
▼ Osittain eri mieltä	7.53%	7
▼ Täysin eri mieltä	2.15%	2
Total	93	

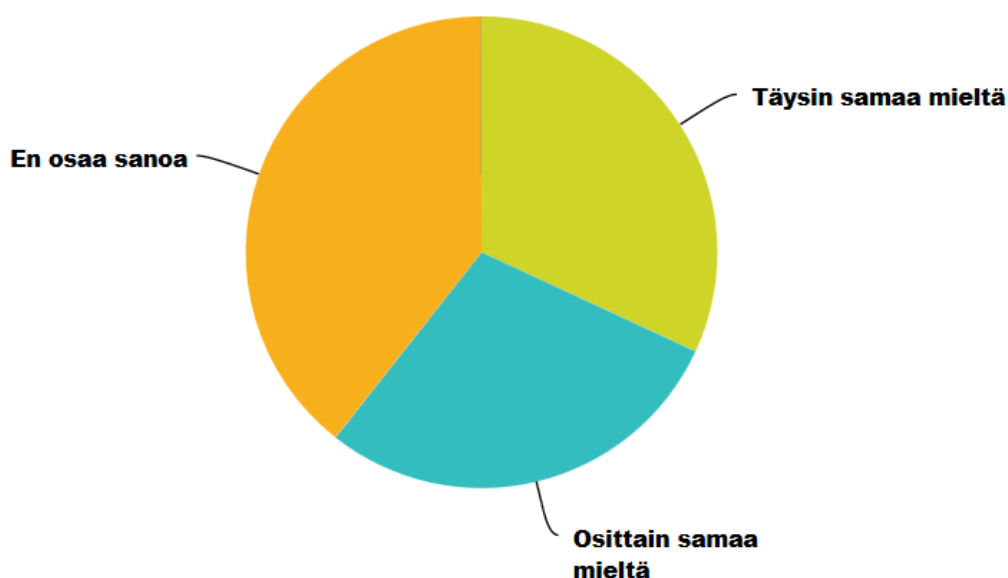
Kuvio 10. YouTube-videot saivat minut ymmärtämään, mistä liiketoimintasuunnitelman laatimisessa on kysymys

Suurin osa vastaajista oli sitä mieltä, että videot saivat heidät ymmärtämään, mistä liiketoimintasuunnitelman laatimisessa on kysymys. Jotkut asiakkaistamme miettivät, miksi liiketoimintasuunnitelmaa kannattaa ylipäättään tehdä. Jotkut ovat siinä uskossa, että se tehdään vain, jos haetaan starttirahaa tai lainaa aiotulle liiketoiminnalle. Todellisuudessa

liiketoimintasuunnitelman tärkein tarkoitus on palvella ensisijaisesti sen tekijää, eli tulevaa mahdollista yrittäjää. Liiketoimintasuunnitelman tekeminen saa tekijänsä katsastelemaan aikomaansa toimintaa kriittisemmin ja konkreettisemmin. Monelle tulee yllätyksenä esimerkiksi kuukausittainen kiinteä kulurakenne ja sen kattamiseksi vaadittava tuotteiden/palveluiden myyntimäärä. Myös ajankäytölliset resurssit hahmottuvat liiketoimintasuunnitelman laatimisen ansiosta.

**Liiketoimintasuunnitelma.comissa olevat
YouTube-videot antavat paremmat ohjeet
liiketoimintasuunnitelman laatimiseen
verrattuna muihin vastaaviin ohjeisiin
internetissä.**

Answered: 94 Skipped: 0

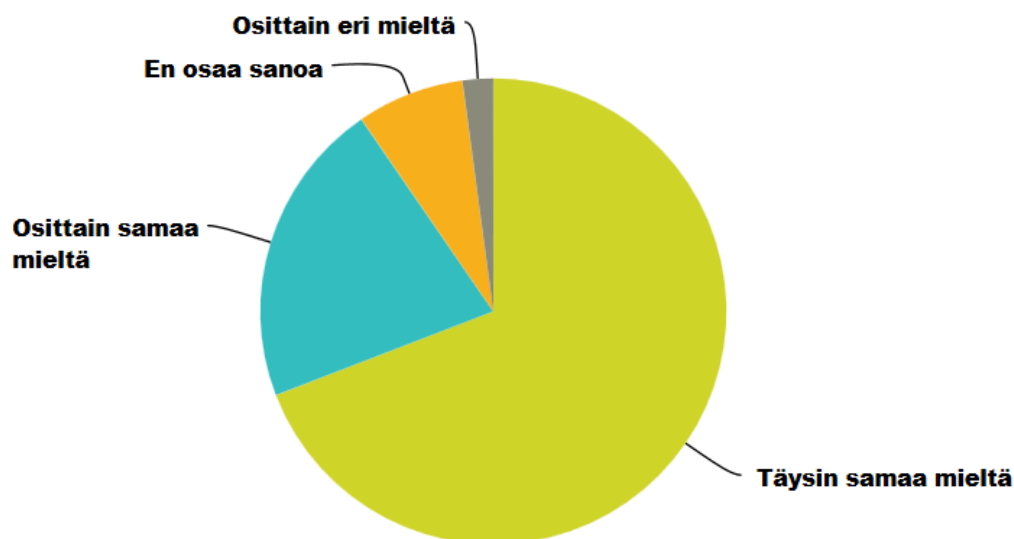


Kuvio 11. Liiketoimintasuunnitelma.comissa olevat YouTube-videot antavat paremmat ohjeet liiketoimintasuunnitelman laatimiseen verrattuna muihin vastaaviin ohjeisiin internetissä

Yllä olevien vastausten määrästä "en osaa sanoa" -kohta sai eniten ääniä. Tämän uskon johtuvat siitä, että vastaavia yhtä kattavia suomenkielisiä videoita ei ole internetissä tietojeni mukaan tällä hetkellä. Kuitenkin yli puolet vastaajista oli sitä mieltä, että ohjeet ovat kattavampia kuin missään muualla olevat vastaavat ohjeet.

Suosittelisin tuttavilleni, jotka tekevät liiketoimintasuunnitelmaa katsomaan YouTube-videoita liiketoimintasuunnitelma.comissa.

Answered: 94 Skipped: 0

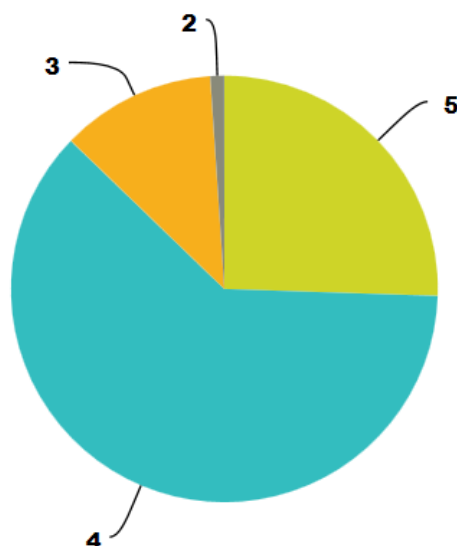


Kuvio 12. Suosittelisin tuttavilleni, jotka tekevät liiketoimintasuunnitelmaa katsomaan YouTube-videoita liiketoimintasuunnitelma.comissa

Lähes kaikki vastaajat suosittelisivat ystävilleen videoiden katsomista liiketoimintasuunnitelman laatimisen apuna. Tästä voi myös päätellä, että onnistuimme tämän hankkeen kanssa kiitettävästi ja että ihmiset suosittelevat erittäin mielellään videoiden katsomista liiketoimintasuunnitelmaa laativille ihmisille. Vastausvaihtoehto "Täysin samaa mieltä" sai melkein 70 % äänistä, ja se on mielestäni loistava tulos, sillä ääripään vastausprosentti on harvoin kyselyissä näin korkea.

Asteikolla 1-5, minkä arvosanan antaisit liiketoimintasuunnitelma.comin YouTube-videoille? (5 = erinomainen, 4 = hyvä, 3 = kohtalainen, 2 = välttävä ja 1 = huono)

Answered: 94 Skipped: 0



Answer Choices	Responses
5	25.53% 24
4	61.70% 58
3	11.70% 11
2	1.06% 1
1	0.00% 0
Total	94

Kuvio 13. Asteikolla 1–5, minkä arvosanan antaisit liiketoimintasuunnitelma.comin YouTube-videoille? (5 = erinomainen, 4 = hyvä, 3 = huono, 2 = välttävä ja 1 = huono)

Ylivoimaisesti yleisin arvosana videoista oli ”hyvä”, joten pientä parannettavaa jää tulevaisuutta ajatellen, sillä haluamme luonnollisesti olla erinomaisia. Mielestäni videot ovat hiukan ”kotikutoisia” ja paremmilla resursseilla saisimme niistä entistäkin parempia. Haluan kuitenkin todeta, että ns. pilottivideoiksi ovat tulokset mielestäni kuitenkin loistavia.

8 Yhteenveto ja johtopäätökset

8.1 Kehittämistehtävän arviointi

Uskon vahvasti siihen, että video-opetus tulee olemaan etenevässä määrin tulevaisuudessa käytetty opetuskeino, ja tästä syystä minulla oli vahva luotto hankkeen onnistumiselle ja halusin lähteä siihen mukaan. Olen opiskellut useita eri asioita, kuten esimerkiksi kitaran soittamista, videotutoriaalien kautta ja pidän sitä erittäin tehokkaana oppimisen välineenä. Asiakaskyselyyn saatiin huomattava määrä vastauksia ja ilmeisesti kysymykset oli laadittu tarpeeksi selkeästi, sillä yhtäkään kysymystä ei ollut ohitettu. Vastausprosentti oli korkea, mikä indikoi minulle sitä, että kyselyyn vastaaminen tuntui vastaajille tärkeältä. Asiakaspalaute oli erittäin positiivista ja selkeä indikaatio siitä, että teimme asioita oikein ja että tuottamillemme videoille oli selkeä tarve. Asiakkailtamme ja yritysneuvojiltamme saamani palautteen perusteella voi tehdä johtopäätöksen, että video-opetukselle yritysneuvonnassa on ehdottomasti tilausta ja että video-opetusta on tarjottava lisää.

8.2 Viitekehyksen soveltuvuus kehittämistehtävän toteutukseen

Viitekehys soveltui kehittämistehtävään hyvin, sillä video-opetuksen teoria vastasi erittäin hyvin sitä tapaa, jolla videot käytännössä tuotettiin. Yritysneuvonta oli teoriavalintana itsestäänselvyys, sillä koko hanke kulminoitui yritysneuvonnan kehittämiseen. Palvelumuotoilu soveltui myös erinomaisesti toiseksi viitekehykseksi, sillä videoiden sisältö tehtiin sillä ajatuksella, että kaiken keskiössä on asiakas, eli tuleva yrittäjä. Yrittäjyys on käytännönläheistä tekemistä ja siksi yrittäjyyden opetuksenkin on oltava käytännönläheistä.

8.3 Jatkotoimenpiteet ja skaalautuvuus

Kehittämistehtävän tulosten seurauksena on tarkoituksemme lisätä digitaalisia palveluitamme, sillä niille on näköjään selkeä kysyntä. Olemme alustavasti jo sopineet uusien videoiden kuvaamisesta eri yrittäjyyden aiheisiin liittyen. Tällä hetkellä internetissä oleviin YouTube-videoihin on suunnitteilla myös englanninkielinen tekstitys, sillä noin kolmasosa asiakkaistamme on maahanmuuttajataustaisia. Tekemämme videokokonaisuus

elää ja kehittyä paitsi osana uusyrityskeskusten neuvontapalveluita, myös osana Nuoretyrittajat.fi-sivustoa Nuoretyrittäjät.tv-nimisenä kokonaisuutena. Voidaan todeta, että video-opetus on tullut yritysneuvonnan vakiotyökaluksi ja siitä saatavia hyötyjä on pyrittävä maksimoimaan niin paljon kuin mahdollista.

Video-opetuksesta on digitalisaation ansiosta tullut mielestäni maailman skaalautuvimman opetus- ja opastustyökalu, jota pitäisi pyrkiä hyödyntämään nykyistä huomattavasti enemmän niin koulutusjärjestelmässämme kuin muissakin julkishallinnon palveluissa.

8.4 Itsearviointi

Itse hankkeen tekeminen ja toteuttaminen oli antoisaa ja mukavaa. Dokumentoinnissa olisi ollut hiukan parantamisen varaa. Kaiken kaikkiaan hanke onnistui kuitenkin erinomaisesti, sillä asiakkaat kiittelevät neuvontakäynneillä videoista saamastaan avusta ja ovat sitä mieltä, että niistä on huomattavaa apua liiketoimintasuunnitelmaa laadittaessa. Sain Metropolia-ammattikorkeakoulusta erittäin korkeatasoista ja konkreettista ohjausta, joka edesauttoi tämän toimintatutkimuksen tekemistä ja onnistumista.

Tärkeintä tässä kehittämissuhteissa oli mielestäni se, että onnistuimme kehittämään ja vakiinnuttamaan yritysneuvonnan kannalta uuden, tärkeän työkalun, jota sekä asiakkaat että yritysneuvojat arvostavat ja jonka käyttö tulevaisuudessa tulee siten väistämättä lisääntymään.

Toimimme Malina Pursiaisen kanssa eräänlaisina modernin yritysneuvonnan uudisraivaajina ja pioneereina, jotka onnistuivat siinä, mitä lähtivät tekemään. Minä ja kollegani Malina Pursiainen olimme ensimmäiset, jotka loivat ja ideoivat varsinaisen sisällön tälle videokokonaisuudelle ja asetimme siten ensimmäiset standardit liiketoimintasuunnitelman laatimisen opetukselle opetusvideoiden muodossa.

Lähteet

Aalto-yliopisto 2013. Digitaaliset palvelut lisäävät tuottavuutta, talouskasvua ja hyvinvointia. <http://biz.aalto.fi/fi/current/news/view/2013-03-08/>. Luettu 17.6.2016.

Holmlund, Kim 2010. Opetusvideotuotannon suunnittelu ja toteutus. Insinöörityö. Metropolia Ammattikorkeakoulu. https://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/16241/holmlund_kim.pdf?sequence=1. Luettu 22.10.2016.

Kananen, Jorma 2012. Kehittämistutkimus opinnäytetyönä: kehittämistutkimuksen kirjoittamisen käytännön opas. Jyväskylän Ammattikorkeakoulu, Jyväskylä.

Kananen, Jorma 2009. Toimintatutkimus yritysten kehittämisessä. Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja.

Kapanen, Mikko 2014. Palvelumuotoilu asiakaspalveluprosessien kehittämisessä – Viking Grace Sweet & Salty ravintola. Opinnäytetyö. Turku: Turun ammattikorkeakoulu. <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/86887/Mikko%20Kapanen%20last%2022.10.pdf?sequence=1>. Luettu 27.10.2016.

Koskimaa, Raine 2001. Digitaalinen kulttuuri. <http://agricola.utu.fi/julkaisut/tietosanommat/numero1-02/digikulttuuri.html/>. Luettu 11.8.2016.

Leino, Antti 2011. Digitaalinen palvelumuotoilu – digitaalisten palveluiden konseptointi. Esitelmä. <http://www.slideshare.net/anttileino/digitaalinen-palvelumuotoilu/>. Luettu 13.9.2016.

Miettinen, Satu & Koivisto, Mikko (toim.) 2009. Designing Services with Innovative Methods. University of Art and Design Helsinki, Helsinki.

Miettinen, Satu & Valtonen, Anu 2013. Service Design with Theory: Discussion on Change, Value and Methods. Lapland University Press, Rovaniemi.

NewCo YritysHelsinki 2016. Yritysneuvonnan palvelupolku. <http://www.newcohel-sinki.fi/fi/perusta/mista-aloittaa>. Luettu 27.10.2016.

Rissanen, Tapio 2006. Hyvän palvelun kehittäminen. Kustannusosakeyhtiö Pohjantähti, Vaasa.

Saffer, Dan 2007. Designing for Interaction. Aiga Design Press, California USA.

Tuominen, Nyrki 2016. Elinkeinopäällikkö, Helsingin kaupunki. Haastattelu 21.10.2016.

Tuottava ja uudistuva Suomi – Digitaalinen agenda vuosille 2011–2020. 2011. Valtionneuvoston selonteko eduskunnalle. <http://www.lvm.fi/web/fi/julkaisu/-/view/1225475/>. Luettu 18.3.2013.

Tuulaniemi, Juha 2013. Palvelumuotoilu. Talentum, Helsinki.

Uhmavaara, Riikka 2013. Digitaalisuus osana palvelua – Palveluiden kehittäminen ja digitalisoiminen ravintola-alalla. Opinnäytetyö. Tampere: Tampereen ammattikorkeakoulu.

https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/59531/Uhmavaara_Riikka.pdf?sequence=2. Luettu 27.10.2016.

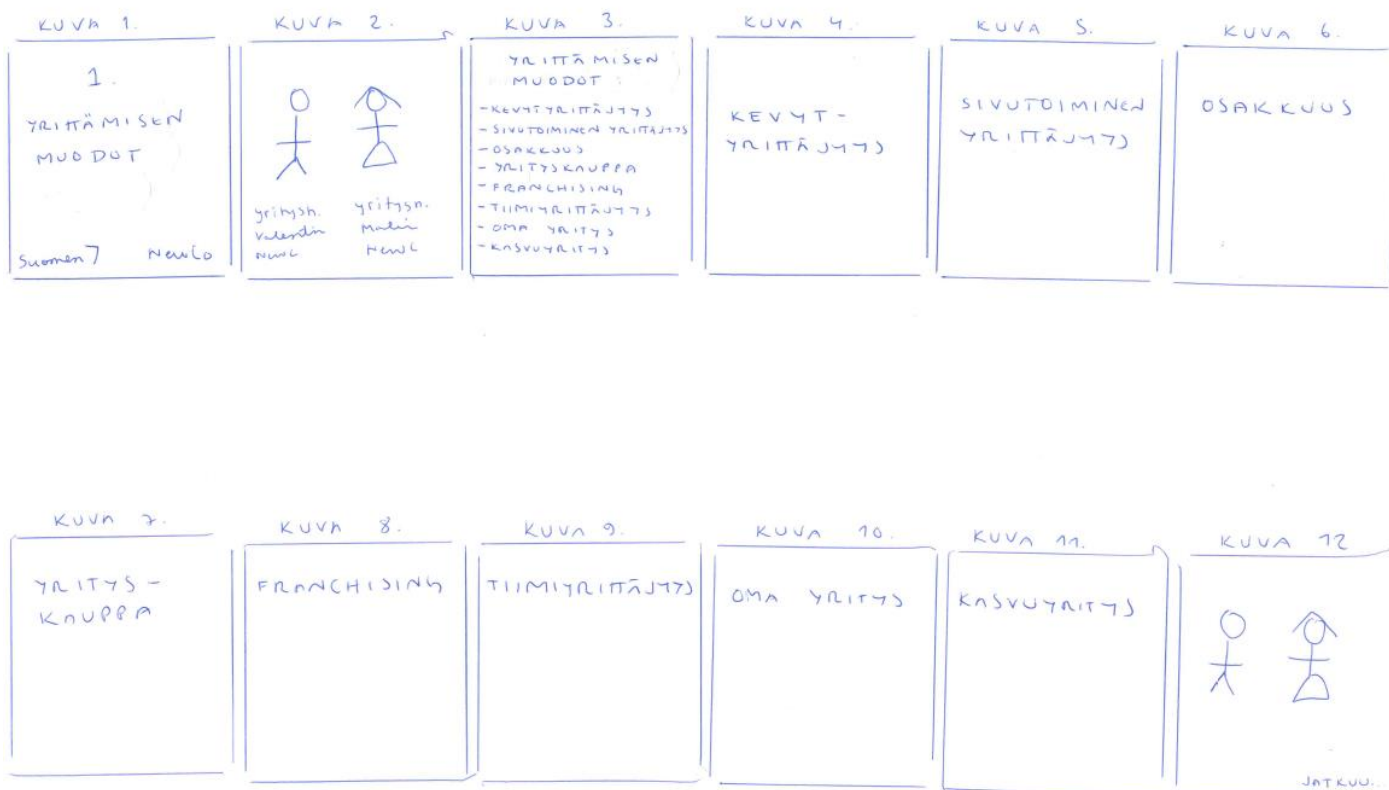
Uusyrityskeskus 2016. Tietoa uusyrityskeskuksista. [Http://uusyrityskeskus.fi/fi/tietoa-uusyrityskeskuksista](http://uusyrityskeskus.fi/fi/tietoa-uusyrityskeskuksista). Luettu 25.10.2016.

Ylikoski, Tuire 1999. Unohtuiko asiakas? 2. painos. KY-Palvelu Oy, Keuruu.

Yritysneuvonnan toimintasääntö 1983. Helsingin kaupunginkanslia: talous -ja suunnitteluosasto. 24.1.1983.

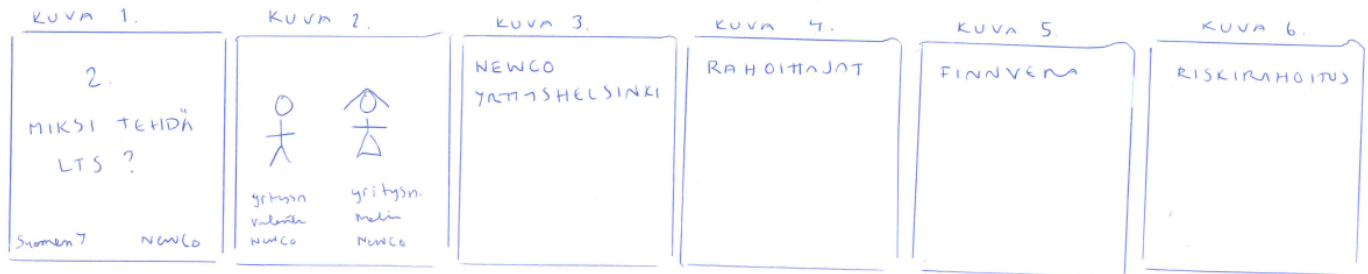
Kuvakäsikirjoitus 1

VIDEO 1



Kuvakäsikirjoitus 2

VIDEO 2



Liite 3 Yritysneuvonnan toimintasääntö -dokumentti

HELSINGIN KAUPUNGINKANSLIA
Talous- ja suunnitteluosasto

LIITE 1/20 §

24.1.1983

1 (2)

YRITYSNEUVONNAN TOIMINTASÄÄNTÖ

- Tarkoitus** Yritysneuvonnan tarkoituksena on edistää elinkeinotoimintaa Helsingissä palvelemalla yrityksiä niiden asioinnissa kaupungin ja muun julkishallinnon toimielinten kanssa sekä hoitamalla muutenkin kaupungin hallinnon ja yritystoiminnan yhteisiä kysymyksiä.
- Tehtävät** Tarkoituksensa mukaisesti yritysneuvonnan tehtävänä on:
- 1 antaa tietoja kaupungin toimielinten organisaatioista, tehtäväalasta, toimintaperiaatteista ja palvelumahdollisuuksista,
 - 2 opastaa ja avustaa yrittäjiä heidän yritys-toimintaansa Helsingissä liittyvissä viranomaissasioissa ja seurata niiden käsittelyn edistymistä asianomaisissa hallintoelimissä,
 - 3 antaa yrityksiä koskevia selvityksiä kaupungin virastoille ja laitoksille,
 - 4 osallistua kaupungin elinkeinoasioita koskevaan tutkimukseen, suunnitteluun ja tarvittaessa elinkeinoneuvottelukunnassa tai muissa hallintoelimissä käsiteltävien toimialansa asioiden valmisteluun,
 - 5 myötävaikuttaa ja osallistua Helsingin tunnetuksi tekemiseen ja markkinointiin yritystoiminnan sijaintipaikkana ja matkailukohteena,
 - 6 seurata toimialansa kehitystä ja tehdä aloitteita kehittämistehtäviksi ja osallistua hankkeisiin, jotka tähtäävät kaupungin yrityksille antamien palvelujen parantamiseen ja muuhun elinkeinoelämän toimintaedellytysten turvaamiseen,
 - 7 suorittaa rahoitusjohtajan määräämät muut tehtävät.

Hallinto ja yhteistoiminta

Yritysneuvonta kuuluu kaupunginkanslian talous- ja suunnitteluosaston kuntasuunnittelutoimistoon ja toimii tämän johdon alaisena.

Yritysneuvontaa johtaa yritysasiamies apunaan kanslisti ja mahdollinen muu henkilökunta.

Yritysneuvonta pitää hoitamistaan asioista kirjaa ja raportoi toiminnastaan puolivuositain johtajistotoimikunnalle ja elinkeinoneuvottelukunnalle.

Yritysneuvonta suorittaa tehtävänsä luottamuksellisesti pitäen riittävästi yhteyttä toimialansa kysymyksissä kaupungin hallintoelimiin, valtion viranomaisiin, elinkeinoelämän järjestöihin ja yrityksiin.